

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 30 » июня 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.03.02**

(Индекс дисциплины)

**Прикладной креатив в рекламе**

(Наименование дисциплины)

Кафедра: **8** **Графический дизайн в арт-пространстве**

Код

Наименование кафедры

Направление подготовки: **54.04.01 Дизайн**

Профиль подготовки: **Дизайн рекламы**

Уровень образования: **Магистратура**

### 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>72</b>		
	Аудиторные занятия	<b>51</b>		
	Лекции			
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	51		
	Самостоятельная работа	21		
	Промежуточная аттестация			
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Зачет	3		
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)			
<b>Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)</b>		<b>2</b>		

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная			<b>2</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 прикладного креатива в рекламе

## 1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть структуру творческо-конструкторской деятельности в предметной среде
- Рассмотреть принципы дизайна и их реализации в творческом процессе
- Раскрыть принципы законы композиции для создания объектов графического дизайна
- Продемонстрировать композиционные приемы, авторские техники в декоративно – прикладном искусстве, дизайне, техническом творчестве 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	<i>Подготовленность к владению рисунком, навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи и скульптуры, способностью к творческому проявлению своей индивидуальности и профессиональному росту;</i>	<i>Второй</i>
<b>Планируемые результаты обучения</b> Знать: 1) Сущность и структуру творческо – конструкторской деятельности как вида общественно – полезной деятельности по преобразованию окружающей природной и предметной среды. Принципы дизайна и их реализации в творческом процессе. Уметь: 1) Применять законы композиции для создания объектов графического дизайна высокого художественного уровня. Владеть: 1) Опытном владения композиционными приемами, авторскими техниками в декоративно – прикладном искусстве, дизайне, техническом творчестве.		

## 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)
- Плакат. Основы композиционного построения (ПК-4)

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 51+21

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)
--	-------------------------

	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<b>Учебный модуль 1. Творчество в маркетинге и рекламе</b>			
Тема 1. Понятие рекламного креатива.	12		
Тема 2. Креативные методы в рекламной деятельности.	12		
<b>Текущий контроль 2 реферат</b>	<b>2</b>		
<b>Учебный модуль 2. Проектирование креативного рекламного продукта</b>			
Тема 3. Составляющие концепции креативной рекламы	12		
Тема 4. Алгоритм поиска креативной концепции и рекламной идеи..	12		
Тема 5. Разработка креативного рекламного продукта.	14		
<b>Текущий контроль 2 просмотр</b>	<b>2</b>		
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине - ЗАЧЕТ</b>	<b>6</b>		
<b>ВСЕГО:</b>	<b>72</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	Понятие рекламного креатива <i>семинар</i>	3	10				
2	Обсудить креативные методы в рекламной деятельности. <i>семинар</i>	3	10				
3	Разработка составляющих концепции креативной рекламы <i>практическая работа</i>	3	10				
4	Разработка алгоритма поиска креативной концепции и рекламной идеи <i>практическая работа</i>	3	10				
5	Разработка креативного рекламного продукта <i>практическая работа</i>	3	11				
<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	<i>реферат</i>	3	1				
2	<i>просмотр</i>	3	1				

## 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)
<i>подготовка к практическим занятиям</i>	3	15				
<i>подготовка к зачету</i>	3	6				
<b>ВСЕГО:</b>		<b>21</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	<i>не предусмотрено</i>			
Практические и семинарские занятия	поиск вариантов решения проблемных ситуаций (case-study),	23		
Лабораторные занятия	<i>не предусмотрено</i>			
<b>ВСЕГО:</b>		23		

### 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 занятий</i>	20	<i>5 баллов за работу на практических занятиях (17 занятий в семестре), Максимум 85 баллов 15 баллов подготовку к практическим занятиям -разработка предварительных эскизов Максимум 15 баллов Максимум 100 баллов</i>
2	<i>Прохождение текущего контроля</i>	40	<i>50 баллов за каждый текущий контроль (реферат и просмотр) Максимум 100 баллов</i>
3	<i>Сдача зачета</i>	40	<i>Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 50 баллов. Выполнение творческих заданий– 50 баллов. Максимум 100 баллов.</i>
<b>Итого (%):</b>		<b>100</b>	

#### 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	3 (удовлетворительно)	
40 – 50		

17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено
1 – 16		
0		

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/52069.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ 3. Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52633>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. 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
4. 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.
5. 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. Слицкий. — 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. 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 зачету</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>Второй</i>	Дает определение дизайну, как виду	Вопросы для	<i>Перечень</i>

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
<i>этап</i>	общественно-полезной и творческо-конструкторской деятельности и перечисляет возможности проектной реализации в творческом процессе.	устного собеседования	<i>вопросов для устного собеседования (10 вопросов)</i>
	Создает авторский дизайн-проект высокого художественного уровня, применяя законы композиции и творческий подход к решению конкретной задачи.	Творческое задание	<i>Один тип заданий</i>
	Создает творческий проект, применяя в композиции материалы и техники, нехарактерные в изобразительном искусстве.	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
40 – 100	<i>Зачтено</i>	<i>Обучающийся своевременно выполнил практико-ориентированные задания в соответствии с требованиями возможно допуская незначительные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра</b></i>
0 – 39	<i>Не зачтено</i>	<i>Обучающийся не выполнил (выполнил частично) практико-ориентированные задания, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>

### 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	Рекламный креатив.	1
2	Виды изобретательских задач в маркетинге и рекламе.	1
3	Классификация и характеристика креативных методов.	2
4	Креативные методы для создания слогана, заголовка и изображения; для создания рекламного текста; для создания телерекламы	2
5	Развернутое описание целей и задачи, целевой аудитории проектируемого рекламного продукта (на предложенные темы: фирменный стиль, плакат, упаковка, видео-презентация и т.п.).	3
6	Методы согласование креатива с маркетинговой целью и задачами проекта и мотивами целевой аудитории	3
7	Принципы формирования эффективного креатив-брифа.	4
8	Методы определение рекламной проблемы	4
9	Принципы использование креативных решений для дизайнерских задач путем композиционных вариаций (в т. ч. графическая композиция, рекламная композиция, цветоведение).	5
10	Этапы разработки дизайн-проекта креативного рекламного продукта (по предложенным темам: фирменный стиль, плакат, упаковка, видео-презентация и т.п.)	5



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>Тема 3. Составляющие концепции креативной рекламы</b></p> <p><i>Задание: разработать эскизный вариант проектируемого рекламного продукта - плакат</i></p>	 <p>Пример выполненного задания</p>
2	<p><b>Тема 5. Разработка креативного рекламного продукта</b></p> <p><i>Задание: разработать композиционный вариант рекламной листовки</i></p>	 <p>Пример выполненного 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 зачета

Зачет 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