

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

« 28 » 06 2022 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07

Производство печатной рекламной-выставочной продукции

Учебный план: 2022-2023 42.03.01 ИБК КВД ЗАО №1-3-11.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Конгрессно-выставочная деятельность
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	4	4	127	9	4	Экзамен
	РПД	4	4	127	9	4	
Итого	УП	4	4	127	9	4	
	РПД	4	4	127	9	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат искусствоведения, Доцент

Андреева
Александровна

Вера

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области производства печатной рекламно-выставочной продукции.

1.2 Задачи дисциплины:

рассмотреть основные виды и современные способы печати рекламно-выставочной продукции; выявить специфику оформления различных видов печатной рекламной продукции;

предоставить обучающимся возможность для формирования умений и навыков в организации подготовки к выпуску рекламно-выставочной продукции.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Проектирование выставочной экспозиции

Менеджмент в конгрессно-выставочной деятельности

Выставочная деятельность музеев и обеспечение культурного наследия

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен разрабатывать концепцию и бизнес-план (развернутый и экспресс-вариант) организации проекта торгово-промышленной выставки
Знать: Основные современные технические средства и коммуникационные технологии и программные продукты, применяемые при разработке и производстве рекламно-информационных материалов для внутренней и внешней коммуникации.
Уметь: применять современные онлайн и офлайн технологии создания и производства рекламно-выставочной продукции.
Владеть: Навыком использования основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде при создании коммуникационного продукта.

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Введение в дисциплину. Значение книгопечатания для развития информационного общества и восприятия информации.	4				
Тема 1. Введение в дисциплину. Значение книгопечатания для развития информационного общества и восприятия информации. История бумаги и развитие иллюстративной печати. Исторические формы книг (видов документов) и их применение в XXI веке. Практическое занятие. Разработка брифа товарного знака (анализ существующего ТЗ).		0,5	0,5	15	ИЛ
Тема 2. Основные этапы и мастера зарубежной и отечественной печатной рекламы (исторический обзор). Практическое занятие. Разработка брифа товарного знака (анализ существующего ТЗ) и анализ видов современной рекламно-информационной продукции.		0,5	0,5	15	ИЛ
Раздел 2. Допечатная подготовка рекламно-выставочной продукции.					
Тема 3. Допечатная подготовка рекламно-выставочной продукции. Компьютерные технологии в производстве печатной продукции. Стандартизация, системы измерения в полиграфии. Компьютерные издательские системы. Практическое занятие. Анализ и разработка и анализ видов современной рекламно-информационной продукции.		0,5	0,5	15	
Тема 4. Цветовосприятие. Значение цвета в упаковке. Основные понятия и термины производства печатной рекламно-выставочной продукции. Практическое задание: анализ рекламно-выставочной продукции с выявлением возможных причин выбора цветового решения в дизайне.		0,5	0,5	15	ИЛ
Раздел 3. Современные виды и способы печати. Специальные способы печати.					
Тема 5. Современные виды и способы печати. Специальные виды и способы печати рекламно-выставочной продукции и их применение для фирменной и сувенирной продукции. Практическое занятие. Анализ фирменной и сувенирной продукции.		0,5	0,5	15	

Тема 6. Формы и виды современной рекламной печатной продукции. Классификация основных видов и назначение полиграфической продукции. Практическое занятие. Выбор способа печати, как полиграфического процесса массового тиражирования рекламной продукции.	0,5	0,5	15	ИЛ
Раздел 4. Внешнее оформление печатной рекламной продукции, как один из основных этапов печатного производства.				
Тема 7. Внешнее оформление печатной рекламной продукции, как один из основных этапов печатного производства. Практическое занятие. Основные виды рекламно-выставочной продукции и особенности процессов их изготовления.	0,5	0,5	15	
Тема 8. Конструктивные особенности и элементы внешнего оформления (упаковки) издания (изделия), как один из способов реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Современные тенденции в области производства печатной рекламно-выставочной продукции. Практическое занятие. Разработка (брифа, технического задания) по подготовке рекламной продукции к процессу производства. Подготовка к экзамену.	0,5	0,5	22	ИЛ
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	4	4	127	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)	2,5		6,5	
Всего контактная работа и СР по дисциплине	10,5		133,5	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-4	Рассматривает основные характеристики печатной рекламно-выставочной продукции и способы ее воспроизведения. Характеризует проект по подготовке в производство рекламно-выставочной продукции для избранной сферы. Анализирует онлайн и офлайн технологии для разработки коммуникационного продукта в сфере рекламно-выставочного производства.	Вопросы для устного собеседования. Практико-ориентированные задания. Практико-ориентированные задания.

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Творческий, оригинальный подход к материалу.	
4 (хорошо)	Ответ полный, в нем продемонстрировано знание всех	

	материалов дисциплины, но при этом обнаружено их недостаточное концептуальное понимание.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит лекционные материалы без их личного понимания. Источники по соответствующей тематике освоены частично. Продемонстрировано ошибочное понимание материалов и недостаточный уровень знаний по некоторым темам. Существенные для изученного материала положения излагаются фрагментарно, с существенными нарушениями связности их смыслов. Ответ демонстрирует ограниченное знания по проблемам дисциплины. Существенные для изученного материала положения излагаются фрагментарно, с существенными нарушениями связности их смыслов.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Непонимание заданного вопроса. Отсутствие понимания даже отдельных проблем дисциплины. Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки).	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Исторические виды иллюстративной печати и их связь с современной продукцией.
2	Открытие книгопечатания - новая эра в развитии информационного общества.
3	История бумаги. Основные материалы для печати и производства рекламно-выставочной продукции.
4	Основные издательско-полиграфические термины и определения (шрифт, кегль, формат, обрезной формат, пункт, красочность; виды рекламно-выставочной продукции и их особенности).
5	Характеристика компьютерных технологий в производстве печатной продукции.
6	Изображения и их классификация. Издательский оригинал.
7	Современные виды и способы печати рекламно-выставочной продукции.
8	Особенности применения трафаретной печати в печатной продукции.
9	Виды рекламно-выставочной продукции. Краткая характеристика.
10	Виды печатной продукции и их конструктивные особенности: издание, изделие, упаковка, этикетка.
11	Характеристика элементов внешнего оформления рекламно-выставочной продукции.
12	Основные стадии производства рекламно-выставочной продукции. Краткая характеристика.
13	Способы отделки и элементы внешнего оформления продукции.
14	Современные тенденции при выборе бумаги (материалов) для производства рекламно-выставочной продукции.
15	Условия эффективности печатной рекламы как средства визуальной коммуникации.
16	Компьютерные методы проектирования и исполнения рекламной печатной продукции.
17	Листовая рекламная продукция (виды и способы воспроизведения в полиграфии, общая характеристика).

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Кейс

"Сравнительный анализ комплекса печатных информационно-рекламных материалов 2-3 отечественных фирм".

Задание. Проанализировать соответствие материалов профилю фирмы, ее имиджу.

Сравнить и оценить качество изготовления собранных рекламно-информационных материалов.

Кейс

"Сравнительный анализ комплекса печатных информационно-рекламных материалов 2-3 зарубежных фирм".

Задание. Проанализировать соответствие материалов профилю фирмы, ее имиджу.

Сравнить и оценить качество изготовления собранных рекламно-информационных материалов.

Кейс

"Сравнительный анализ 3-5 упаковок одной группы товаров или нескольких".

Задание. Среди упаковок определить наиболее удачные, проанализировать соответствие текста и визуальной информации,

дизайнерское решение, полиграфическое исполнение, обосновать собственное мнение.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочники и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу.

На подготовку к ответу по вопросам экзамена обучающемуся дается 35 минут. При ответе на вопросы экзамена обучающийся должен быть способен связно излагать (а не читать) подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя, тематически связанные с его заданием.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Канетанко М. А.	Цифровая печать. Конспект лекций	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179203
Светлов Н. М., Светлова Г. Н.	Информационные технологии управления проектами	Москва: Инфра-М	2020	http://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=361300
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Розета Мус, Ойана Эррера, Мамедова Т.	Управление проектом в сфере графического дизайна	Москва: Альпина Паблицер	2017	http://www.iprbookshop.ru/68018.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР» [Электронный ресурс]. URL: <http://psyfactor.org/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. Портал для официального опубликования стандартов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. URL: <http://standard.gost.ru/wps/portal/RL>: <https://www.restko.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

CorelDRAW

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду