

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.06

Графический дизайн в рекламе

Учебный план: 2026-2027 54.03.01 ИГД ГДвР ОЗО №1-2-138.plx

Кафедра: **16** Дизайна рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: Графический дизайн в рекламе
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очно-заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудовой ёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
8	УП	17	126,75	0,25	4	Зачет
	РПД	17	126,75	0,25	4	
9	УП	32	87	25	4	Экзамен
	РПД	32	87	25	4	
Итого	УП	49	213,75	25,25	8	
	РПД	49	213,75	25,25	8	

Санкт-Петербург
2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015

Составитель (и):

кандидат технических наук, Доцент

Савельева Александра
Сергеевна

Доцент

Катонин Сергей
Леонидович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой дизайна рекламы

Сухарева Алина
Михайловна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Сухарева Алина
Михайловна

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: сформировать компетенции обучающегося в области графического дизайна в рекламе

1.2 Задачи дисциплины:

-Рассмотреть основные исторические этапы становления рекламы, виды рекламы, применение рекламы в разных областях, принципы составления рекламной стратегии.

-Раскрыть современные тенденции проектирования комплексной рекламной кампании.

-Продемонстрировать широкий спектр графических приемов для создания рекламной продукции; проектирование рекламной кампании в единой стилистике с учетом всех необходимых составляющих; особенности работы с типографикой

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Мультимедийные технологии в дизайне

Проектирование в графическом дизайне

Шрифт и типографика в дизайне

Графические техники в дизайне

Правоведение

Учебная практика (музейная практика)

Учебная практика (научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы))

Производственная практика (проектно-технологическая практика)

Основы проектной деятельности

Живопись в дизайне

История искусств

Фотография в графическом дизайне

Информационные технологии

Основы проектирования

Рисунок и основы перспективы

Живопись и основы цветоведения

Основы этики современного дизайна

Основы графического дизайна

Специальный рисунок

Учебная практика (учебно-ознакомительная практика)

Информационные технологии

Основы этики современного дизайна

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен подготавливать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для сферы рекламы и СМИ

Знать: основные этапы и современные аспекты истории рекламы; виды рекламы

Уметь: разрабатывать рекламную кампанию и проектировать различную рекламную продукцию в соответствии с требованием заказчика

Владеть: навыками использования специализированных рекламных терминов при работе с заказчиком; навыком построения рекламной стратегии

ПК-3: Способен осуществлять авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для сферы рекламы и СМИ

Знать: правила рекламы; особенности проектирования рекламной продукции; разнообразные рекламные материалы

Уметь: проектировать рекламу на разнообразных материалах; создавать рекламу с соблюдением законов о рекламе, качества продукции и эстетических норм

Владеть: навыками современных печатных технологий на разнообразных материалах и поверхностях; навыками работы с рекламными материалами

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контакт ная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)			
Раздел 1. Основные исторические этапы рекламы. Виды рекламы. Особенности дизайн-мышления	8				Пр
Тема 1. История рекламы. Происхождение и роль рекламы. Эволюция рекламы. Реклама в России. Функции рекламы. Основные рекламные термины.		2	23,75		
Тема 2. Виды рекламы. Знакомство с примерами известных брендов. Изучение разнообразных видов рекламы. Рассмотрение классификации рекламы. Практическое задание: стилизация в проектировании рекламы		2	12	ГД	
Тема 3. Особенности проектного мышления дизайнера-графика. Понятие «Рекламный образ», прием «Мозговой штурм», метод составления карт-ассоциаций. Знакомство со структурой дизайн-концепции проекта. Практическое задание: карты-ассоциации, схема демонстрирующая основные этапы дизайн-мышления		2	13		
Раздел 2. Применение рекламы в разных областях. Виды рекламных носителей					Пр
Тема 4. Реклама в полиграфии. Виды рекламной полиграфической продукции. Рекламный буклет. Виды конструкций рекламных буклетов. Практическое задание: рекламный буклет-плакат.		2	26	ГД	
Тема 5. Наружная реклама. Виды наружной рекламы. Расположение наружной рекламы. Рекламный плакат. Особенности проектирования рекламного плаката. Практическое задание: рекламный плакат.		2	26	ГД	
Тема 6. Социальная реклама. Понятие «Социальная реклама». Основные правила проектирования социальной рекламы. Практическое задание: серия плакатов на социальную тематику		7	26	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	126,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Раздел 3. Концепция дизайн-проекта рекламной кампании	9				О

Тема 7. Значение исследования в области проектирования и анализ материала. Этапы исследования дизайн-продукта. Анализ конкурентов на рынке. Сходства и различия. Позиционирование товара на рынке. Практическое задание: проектирование рекламно графической модели		2	4	ГД	
Тема 8. Дизайн-проектирование рекламного образа: рекламная концепция. Разнообразные методики для повышения уровня творческого мышления. Практическое задание: создание серии концептуального рекламного образа		4	6	ГД	
Тема 9. Составляющие рекламной кампании. Основные задачи, стоящие перед дизайнером при разработке дизайн-продукта. Понятие целевой аудитории, ее значение при проектировании. Важность учета цветовой гаммы в зависимости от целевой аудитории. Практическое задание: разработка рекламного модуля		4	6	ГД	
Раздел 4. Составляющие рекламной кампании					
Тема 10. Цвет и шрифт в рекламе. Психология восприятия рекламы. Виды рекламных носителей в городской среде. Цвет и шрифт в рекламе. Практическое задание: рекламные носители в городской среде, использование цвета и шрифта в рекламе.		2	6	ГД	
Тема 11. Типографика в рекламе. Особенности типографике в рекламе. Основные правила типографики. Практическое задание: клаузура.		2	6		Пр
Тема 12. Особенности проектирования рекламных текстов. Понятие-слоган. Методы создания слоганов. Значение мозгового штурма при разработке рекламного текста. Стили рекламных текстов. Практическое задание: рекламный слоган		2	6	ГД	
Раздел 5. Комплексная рекламная кампания. Дизайн-проектирование комплексного рекламного проекта					
Тема 13. Принципы построения рекламной кампании. Понятие «Комплексная рекламная кампания». Разновидности рекламных кампаний. Изучение принципов разработки. Знакомство с современными рекламными кампаниями. Практическое задание: комплексный рекламный проект		2	7	ГД	Пр,П
Тема 14. Планирование и организация рекламной кампании. Значение планирования дизайн-проектирования. Основные этапы кампании. Исследование. Разработка рекламной стратегии. Дизайн-концепция для комплексного проекта. Практическое задание: рекламная стратегия и дизайн-концепция.		3	9	ГД	

Тема 15. Этапы проектирования. Последовательность проектирования. Создание образа. Поиск единой стилистики. Выбор графической техники. Проектирование комплекса рекламных носителей. Практическое задание: комплексный рекламный проект.		3	10	ГД	
Раздел 6. Рекламные носители					
Тема 16. Особенности размещения рекламы в городской среде. Психология восприятия рекламы. Практическое задание: особенности восприятия графической и изобразительной информации на разных носителях.		4	10	ГД	О
Тема 17. Разнообразные виды и принципы рекламы. Реклама-итрига. Создание единого графического стиля для дизайн-продукции. Практическое задание: создание единого графического стиля для дизайн-продукции		4	17	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		32	87		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		0,5	24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		49,75	238,25		

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-1	Владеет основами специальной терминологии, классификацией и типологией основных видов рекламы в области графического дизайна. Разрабатывает рекламную кампанию с использованием компьютерных технологий по ведущим критериям: «функциональное назначение», «конструкция», «структурная организация», «изобразительно-смысловое решение», «графические средства выразительности» Проектирует и макетирует с учетом средств композиционного построения и моделирования из различных материалов рекламный дизайн-проект	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания
ПК-3	Объясняет взаимодействие дизайнерских и средовых установок при проектировании рекламного дизайн-образа, опираясь на развития дизайна в связи с развитием науки, техники и технологии. Создает дизайн – проект, адаптируя в своей дизайнерской деятельности новые достижения информационных технологий, отражающее функциональность, структурность, смысловое решение в соответствии с "Законом РФ о рекламе". Представляет дизайн-проект, с использованием технических приёмов, и обоснованием своего предложения разработки творческой идеи	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Обучающийся своевременно в полном	

	объеме выполнил практико-ориентированные задания в соответствии с предъявляемыми требованиями. Возможно наличие незначительных ошибок существенно не влияющих на результат работы. На экзамене обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета. Обучающийся проявил разносторонний, критический, оригинальный подход к материалу, свидетельствующий о значительной самостоятельной работе. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
4 (хорошо)	Обучающийся своевременно и в полном объеме выполнил практико-ориентированные задания, однако присутствует ряд ошибок влияющих на результат работы. Студент не смог полностью реализовать на практике полученные навыки. На экзамене обучающийся продемонстрировал уверенные знания материала, но при ответе допущены незначительные ошибки. Ответ стандартный, в целом последовательный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
3 (удовлетворительно)	Отсутствие одной или нескольких частей обязательных элементов задания, либо присутствует грубая ошибка в одной из работ, либо нарушено какое либо правило оформления или сроков представления работы. На экзамене обучающийся дал не точный ответ. Демонстрировал поверхностные знания предмета, отсутствие самостоятельной работы, понимание предмета в целом, без углубления в детали, незнание основных терминов и понятий. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
2 (неудовлетворительно)	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. На экзамене обучающийся дал не точный ответ, с ошибками или проявил неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора и сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Демонстрировал незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины или полное непонимание заданного	

	вопроса. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Зачтено	Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям, развернутый полный ответ на вопрос Задание выполнено в необходимой полноте и с требуемым качеством. Существуют незначительные ошибки или отступления от правил оформления работы. 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, нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Содержание работы полностью не соответствует заданию, в ответе много неточностей. Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы, на вопрос нет ответа. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

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
Семестр 8	
1	Сформулируйте какую роль выполняет реклама в социально среде и каковы ее основные функции?
2	Назовите основные этапы эволюции рекламы в мире
3	Назовите основные виды рекламы с примерами известных брендов
4	Дайте разъяснение понятиям "Рекламный образ" и "Мозговой штурм"
5	Что из себя представляет карта ассоциаций? Приведите пример карты ассоциаций
6	Назовите основные виды рекламной полиграфической продукции
7	Назовите основные виды конструкции рекламных буклетов
8	Назовите основные виды наружной рекламы
9	Каковы правила расположения наружной рекламы?
10	Назовите основные принципы проектирования рекламного плаката
11	Расскажите об особенностях применения цвета и шрифта в рекламе. Назовите основные виды рекламных носителей в городской среде.
12	Каковы особенности типографики в рекламе?
13	Что такое "Слоган"? Каковы основные методы создания "Слогана" в рекламе?
14	Дайте разъяснение понятию "Социальная реклама". Назовите основные правила проектирования Социальной рекламы.
15	Назовите стили рекламных текстов
16	Дайте разъяснение понятию "Комплексная рекламная кампания". Назовите основные разновидности рекламных кампаний.

17	Назовите основные принципы построения рекламной кампании. Приведите пример современной рекламной кампании
18	Назовите основные этапы планирования и организации рекламной кампании.
19	Назовите основные принципы разработки рекламной стратегии.
20	Какие исследования необходимо провести на стадии планирования рекламной кампании?
21	Назовите основные этапы проектирования?
22	Каковы принципы выбора того или иного вида графической техники при проектировании различных видов рекламы?
23	Сформулируйте какую роль выполняет реклама в социально среде и каковы ее основные функции?
24	Назовите основные этапы эволюции рекламы в мире
25	Назовите основные виды рекламы с примерами известных брендов
26	Дайте разъяснение понятиям "Рекламный образ" и "Мозговой штурм"
27	Что из себя представляет карта ассоциаций? Приведите пример карты ассоциаций
28	Назовите основные виды рекламной полиграфической продукции
29	Назовите основные виды конструкции рекламных буклетов
30	Назовите основные виды наружной рекламы
31	Каковы правила расположения наружной рекламы?
32	Назовите основные принципы проектирования рекламного плаката
33	Расскажите об особенностях применения цвета и шрифта в рекламе. Назовите основные виды рекламных носителей в городской среде.
34	Каковы особенности типографики в рекламе?
35	Что такое "Слоган"? Каковы основные методы создания "Слогана" в рекламе?
36	Дайте разъяснение понятию "Социальная реклама". Назовите основные правила проектирования Социальной рекламы.
37	Назовите стили рекламных текстов
38	Дайте разъяснение понятию "Комплексная рекламная кампания". Назовите основные разновидности рекламных кампаний.
39	Назовите основные принципы построения рекламной кампании. Приведите пример современной рекламной кампании
40	Назовите основные этапы планирования и организации рекламной кампании.
41	Назовите основные принципы разработки рекламной стратегии.
42	Какие исследования необходимо провести на стадии планирования рекламной кампании?
43	Назовите основные этапы проектирования?
44	Каковы принципы выбора того или иного вида графической техники при проектировании различных видов рекламы?

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

8 семестр: Разработать карту ассоциаций с использованием приемов мозгового штурма

9 семестр: Разработать в материале Рекламный носитель – футболка по теме дизайн-проекта футболки «Я - абстракционист», с использованием технических приёмов и обоснованием своего предложения разработки творческой идеи

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

Для допуска, обучающегося к промежуточной аттестации необходимо иметь более 70 % посещаемости занятий в течение учебного процесса.

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется по факту представления всех выполненных проектных заданий и собеседования (ответы на вопросы).

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Овчинникова, Р. Ю., Дмитриева, Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/74886.html
Пигулевский, В. О., Стефаненко, А. С.	История дизайна. Вещи и бренды	Саратов: Вузовское образование	2018	https://www.iprbookshop.ru/75952.html
Курушин, В. Д.	Графический дизайн и реклама	Саратов: Профобразование	2019	http://www.iprbookshop.ru/87990.html
Алексеев, А. Г.	Проектирование. Предметный дизайн	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2017	http://www.iprbookshop.ru/76340.html
Лаптев, В. В.	Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама	Санкт-Петербург: Санкт- Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	https://www.iprbookshop.ru/118366.html
Епифанова, А. Г.	История графического дизайна и рекламы	Челябинск: Южно- Уральский технологический университет	2022	https://www.iprbookshop.ru/123317.html
Паллотта, В. И., Сичкар, Т. В.	Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1	Москва: Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского	2022	https://www.iprbookshop.ru/126942.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Попов, А. Д.	Графический дизайн	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/110204.html
Чинцова Я. К.	Основы брендинг-дизайна	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=202074
Лобанов Е. Ю.	Дизайн-проектирование	СПб.: СПбГУПТД	2018	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018343
Кошелев, А. А.	Реклама как инструмент конструирования социально-экономических отношений современного российского общества	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2024	https://www.iprbookshop.ru/139706.html
Осина, О. Н., Найденова, М. В.	Теория и практика рекламных коммуникаций	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ	2023	https://www.iprbookshop.ru/131671.html
Осина, О. Н.	Этическое и правовое регулирование рекламы	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ	2023	https://www.iprbookshop.ru/131674.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Дистанционные информационные технологии СПбГУПТД. [Электронный ресурс].URL: <http://edu.sutd.ru/moodle/>
- 4.Центральный выставочный зал "Манеж" [Электронный ресурс].URL: <https://manege.spb.ru/>
5. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки СПбГУПТД. [Электронный ресурс].URL: <http://library.sutd.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional
 Microsoft Windows
 Adobe inDesign
 Adobe Photoshop
 Adobe Illustrator

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

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