

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

проректор по научно-методической
и учебной работе

Е.И. Скафа

23 апреля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Теория и практика дизайна в рекламных технологиях»

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа:	бакалавриат
Квалификация:	академический бакалавр
Форма обучения:	очная, заочная

УТВЕРЖДАЮ:

И.о. декана филологического факультета

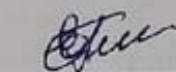
Квашина Л. П.

«22» апреля 2020 г.

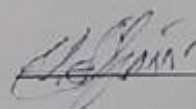
МП

Программа учебной дисциплины «Теория и практика дизайна в рекламных технологиях» составлена на основании Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) Донецкой Народной Республики (ДНР) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики № 383 от 19.04.2016 г., Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерством образования и науки ДНР № 1171 от «10» ноября 2017 г.; учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (формы обучения: очная и заочная), разработанных в ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».

Разработчик:
ст.препод.

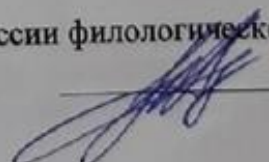
 Е.Г. Грудева

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры журналистики
Протокол № 9 от «16» апреля 2020 г.
Заведующий кафедрой.

 И.М. Артамонова

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией
филологического факультета
Протокол № 9 от «20» апреля 2020 г.

Председатель учебно-методической комиссии филологического факультета

 Н. А. Шокотко

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Теория и практика дизайна в рекламных технологиях» относится к циклу вариативной части профессионального блока дисциплины по выбору студента. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы умения применять вычислительную технику для решения практических задач, владения навыками работы на персональном компьютере.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Характеристика учебной дисциплины</i>		
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью	
Профиль		
Образовательная программа	бакалавриат	
Квалификация	академический бакалавр	
Количество содержательных модулей	1 содержательный модуль, 9 тем	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Дисциплина вариативной части профессионального блока	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	МК, зачет	
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3	3
Год подготовки	4	4
Семестр	7	7
Количество часов	108	108
- лекционных	18	2
- практических, семинарских	—	—
- лабораторных	36	4
- самостоятельной работы	54	102
в т.ч. индивидуальное задание	—	—
Недельное количество часов,	3	—
в т.ч. аудиторных	3	—

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель – ознакомление студентов с основами теории и практики рекламных технологий и дизайна в рекламе. Освоение курса предполагает использование полученных знаний, умений и навыков при разработке рекламной стратегии, создании рекламно-информационных материалов, при организации и проведении рекламной кампании, решении правовых вопросов рекламной деятельности.

Задачи –

— определить понятийно-категориальный аппарат дизайна, рекламы и рекламных технологий;

— познакомить с базовыми принципами разработки визуальных и вербальных элементов рекламы;

— дать представление о форме, содержании и структуре рекламного обращения; — научиться анализировать и оценивать рекламу с помощью определенной системы критериев — содержательных и формальных (художественно-выразительных);

— познакомить с моделями восприятия рекламных обращений и основами психологии потребления рекламы;

- познакомить с базовыми моделями организации творческих процессов в рекламе и дизайне;
- познакомить с методиками поиска идей для креативных рекламных концепций;
- познакомить с приемами увеличения функциональности рекламного обращения и научить применять эти приемы и принципы в дизайнерской практике;
- дать представление об основных технологических производственных процессах в рекламе и дизайне;
- познакомить с основными способами производства рекламного продукта (печатной, наружной, сувенирной рекламы, рекламы в прессе, а также упаковки и этикетки) методами полиграфического воспроизведения;
- познакомить с перспективными направлениями развития дизайна в рекламных технологиях.

Требования к результатам освоения дисциплины: Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по данному направлению подготовки (профилю):

а) общекультурных (ОК):

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

б) общепрофессиональных (ОПК):

- способностью осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в организациях и подразделениях рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);
- умением планировать и готовить коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

в) профессиональных (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);
- владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

владение навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

способность реализовывать проекты и владение методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

В результате изучения учебной дисциплины студент должен.

Знать:

современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике; принципы применения рекламных технологий в дизайн-проектировании, при выполнении различных видов творческих работ; принципы работы с современным системным программным обеспечением для автоматизации процессов дизайнпроектирования; методы формирования индивидуальных настроек современного программного обеспечения; современные средства и технологии подготовки макетов графических дизайн-проектов к печати на различных устройствах вывода изображений; методы проектирования и размещения в сети Интернет мультимедийных электронных рекламных дизайн-продуктов.

Уметь:

применять современные технологии, требуемые при реализации дизайнпроектов; применять рекламные технологии в дизайн-проектировании, при выполнении различных видов творческих работ; работать с современным системным программным обеспечением для автоматизации процессов дизайн-проектирования; создавать индивидуальные настройки современного программного обеспечения; использовать современные средства и технологии подготовки макетов графических дизайн-проектов к печати на различных устройствах вывода изображений; применять на практике методы проектирования и размещения в сети Интернет мультимедийных электронных рекламных дизайн-продуктов.

Владеть:

способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике; навыками применения рекламных технологий в дизайнпроектировании, при выполнении различных видов творческих работ, навыками работы с современным системным программным обеспечением для автоматизации процессов дизайн-проектирования; навыками формирования индивидуальных настроек современного программного обеспечения; навыками работы с современными средствами и технологиями подготовки макетов графических дизайн-проектов к печати на различных устройствах вывода изображений; навыками проектирования и размещения в сети Интернет мультимедийных электронных рекламных дизайн-продуктов.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Курс дисциплины «Теория и практика дизайна в рекламных технологиях» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента. Материал излагается с использованием объяснительно-иллюстративных, эвристических и исследовательских методов преподавания. При проведении лекций для обсуждения материала широко используются мультимедийные презентации, анимации, а также раздаточные материалы.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение, блочно-модульное обучение.

Использование в учебном процессе интернет-ресурсов по данному курсу; рассмотрение задач, максимально приближенных к конкретным практическим задачам, которые приходится решать для обеспечения эффективной деятельности журналиста, с элементами дискуссии и полемикой в процессе поиска путей решения сформулированных проблем; тесты и контрольные работы.

Самостоятельная работа студентов предусматривает выполнение индивидуальных заданий, подготовку к практическим занятиям, изучение учебной и методической литературы, составление конспектов, аннотаций статей, защита презентаций и докладов.

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Тема 1. Вводная. Дизайн рекламы как синтез художественной и рекламной деятельности	Дизайн как формообразование. Декоративная и утилитарная функции дизайна. Художественный дизайн и техническая эстетика в рекламе. Понятия предмет, объект и метод дизайна. Области дизайн-деятельности: практическая, академическая (учебная), теоретическая, оценочно-критическая, консультативная.
Тема 2. Декоративно-прикладное искусство как источник возникновения дизайна	Возникновение декоративно-прикладного искусства. Декоративно-прикладное искусство древнего мира (Древний Египет, Древняя Греция, Древний Рим, Византия). Декоративно-прикладное искусство средних веков (восточное декоративно-прикладное искусство, Западноевропейское декоративно-прикладное искусство). Декоративно-прикладное искусство эпохи промышленной революции.
Тема 3. Декор и орнамент	Орнамент и его применение в дизайне рекламы. Изобразительный, неизобразительный и комбинированный орнаменты. Классификация орнаментов: по изобразительным мотивам (растительный, геометрический, анималистический, антропологический, каллиграфический, фантастический, астральный и т.д.); по стиливой принадлежности (античный, готический, барочный и т.д.); по народной принадлежности (русский, белорусский, греческий и т.д.); по изобразительной форме (плоскостной, рельефный(небольшое возвышение), контррельефный(небольшое углубление внутрь))
Тема 4. История рекламного дизайна	Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна: вторая половина XIX века, начало XX века (Германский художественно-промышленный союз); русский конструктивизм и его роль в становлении дизайна в России в 20-е годы XX века; 30-е годы XX века (появление первых дизайн-бюро, формирование теоретической базы дизайна); швейцарская школа графического дизайна.
Тема 5. Специфика рекламного дизайна	Систематизация видов дизайна по отношению к категориям «утилитарное» и «эстетическое»: Нон-дизайн(non-design), системный дизайн, арт-дизайн(«дизайн-искусство»), Инженерный дизайн, Художественное конструирование, стайлинг. Элементы рекламного дизайна: цветовое решение рекламы, форма, размер, направление, текстура. Принципы дизайна рекламы: уравновешенность частей и

	целого; пространство внутри рекламы должно быть разделено пропорционально; направленность элементов должна быть ярко выражена; единство элементов; уравновешенность, пропорция, последовательность, единство, акцент. Взаимосвязь вербальной и визуальной составляющих рекламы. Образное и ассоциативное мышление в дизайне рекламы.
Тема 6. Графический дизайн	Особенности графического дизайна. История графического дизайна. История развития графического дизайна в России. Принципы графического дизайна. Производство графического дизайна. Создание эффективной рекламы, благодаря графическому дизайну. Современные тенденции и направления в графическом дизайне.
Тема 7. Инфографика – графический способ подачи информации, данных и знаний	Инфографика — визуализация данных или идей, целью которой является донесение сложной информации до аудитории быстрым и понятным образом. Минималистский характер инфографики. Виды инфографики по способу отображения: статичная, динамическая, интерактивная. Виды инфографики по типу источника: аналитическая, новостная, инфографика реконструкции. Преимущества инфографики.
Тема 8. Дизайн интерфейсов	Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов: UX-дизайнер, UI-дизайнер (дизайнер интерфейсов), визуальный дизайнер (графический дизайнер), дизайнер взаимодействия (моушн-дизайнер), UX-исследователь (Исследователь пользователей), фронтенд-разработчик (UI-разработчик), продуктовый дизайнер. Основные направления в дизайне интерфейсов: скевоморфизм, плоский дизайн, материальный дизайн, неоморфизм.
Тема 9. Дизайн-мышление как способ проектирования рекламного продукта	История возникновения метода дизайн-мышление в проектировании. Отличие этого метода от аналитического проектирования. Этапы проектирования рекламного продукта методом дизайн-мышление: эмпатия, фокусировка, генерация идей, выбор идеи, прототипирование, тестирование.

Тематический план

Содержательный модуль 1											
Названия содержательных модулей и тем	Количество часов										
	Очная форма обучения						Заочная форма обучения				
	всего	в т.ч.					всего	в т.ч.			
		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа индивидуальная	а		лекции	практические	лабораторные	самостоятельная работа индивидуальная
Тема 1. Вводная. Дизайн рекламы как синтез художественной и рекламной деятельности	12	2		4	6			1			11
Тема 2. Декоративно-прикладное искусство как	12	2		4	6						11

источник возникновения дизайна												
Тема 3. Декор и орнамент	12	2		4	6					1	11	
Тема 4. История рекламного дизайна	12	2		4	6						11	
Тема 5. Специфика рекламного дизайна	12	2		4	6			1			11	
Тема 6. Графический дизайн	12	2		4	6					1	12	
Тема 7. Инфографика – графический способ подачи информации, данных и знаний	12	2		4	6					1	12	
Тема 8. Дизайн интерфейсов	12	2		4	6			1			12	
Тема 9. Дизайн-мышление как способ проектирования рекламного продукта	12	2		4	6			1		1	11	
Итого по содержательному модулю 1	108	18		36	54		108	2		4	102	

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лекционных занятий

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Вводная. Дизайн рекламы как синтез художественной и рекламной деятельности	2
2	Декоративно-прикладное искусство как источник возникновения дизайна	2
3	Декор и орнамент	2
4	История рекламного дизайна.	2
5	Специфика рекламного дизайна	2
6	Графический дизайн	2
7	Инфографика –графический способ подачи информации, данных и знаний	2
8	Дизайн интерфейсов	2
9	Дизайн-мышление как способ проектирования рекламного продукта	2
	ВСЕГО	18

Темы лабораторных занятий

Целью лабораторных занятий является углубление полученных теоретических знаний и приобретение навыков формирования у обучающего системы знаний о теоретических и практических основах дизайна, использующихся при создании рекламного продукта.

В процессе подготовки к лабораторному занятию студенту необходимо изучить основные теоретические положения лекции, ознакомиться с дополнительной литературой по теме лекции и лабораторного занятия.

На лабораторных занятиях проводится опрос теоретического материала, выполняются лабораторные задания и решаются задачи по предложенным темам лекционных занятий.

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Вводная. Дизайн рекламы как синтез художественной и рекламной деятельности	4
2	Декоративно-прикладное искусство как источник возникновения дизайна	4
3	Декор и орнамент	4
4	История рекламного дизайна.	4
5	Специфика рекламного дизайна	4
6	Графический дизайн	4
7	Инфографика – графический способ подачи информации, данных и знаний	4
8	Дизайн интерфейсов	4
9	Дизайн-мышление как способ проектирования рекламного продукта	4
	ВСЕГО	36

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Организация самостоятельной работы студентов

№ п/п	Название темы	Количество часов
1	Вводная. Дизайн рекламы как синтез художественной и рекламной деятельности	6
2	Декоративно-прикладное искусство как источник возникновения дизайна	6
3	Декор и орнамент	6
4	История рекламного дизайна.	6
5	Специфика рекламного дизайна	6
6	Графический дизайн	6
7	Инфографика – графический способ подачи информации, данных и знаний	6
8	Дизайн интерфейсов	6

9	Дизайн-мышление как способ проектирования рекламного продукта	6
	ВСЕГО	54

Одним из видов индивидуальной работы студентов является написание контрольной работы. Цель данной работы – осмысление и углубление знаний по данной дисциплине, развитие навыков самостоятельной работы по сбору, систематизации материала, проведению исследования и анализа на примере конкретного предприятия. Являясь одним из видов научно-исследовательской работы студентов, контрольная работа способствует формированию у студентов аналитического, творческого мышления. Номер варианта выбирается по согласованию с преподавателем.

7. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Темы для индивидуальной работы студентов:

1. Орнамент. Исторический аспект. Кельтский орнамент.
2. Орнамент. Исторический аспект. Восточный орнамент. Япония, Китай.
3. Орнамент. Исторический аспект. Восточный орнамент. Арабский орнамент.
4. Цветовой круг Иттена. Основные схемы сочетания цветов.
5. Мировые школы графического дизайна. Русский конструктивизм (20-е годы XX века)
6. Мировые школы графического дизайна. Швейцарская школа графики (1950—1970-е годы XX века)
7. Дизайн плакатной продукции. Рекламный плакат история и современность.
8. Современные направления в дизайне интерфейсов (скевоморфизм, плоский дизайн, материальный дизайн, неоморфизм).
9. Инфографика как способ эффективной визуализации информации
10. Типографика. Калиграфия и леттеринг
11. Типографика. Классификация шрифтов по рисунку (антиква, гротеск, свободный стиль)
12. Типографика. Основные свойства текста (читаемость, уместность, гармоничность, акцентированность)
13. Золотое сечение. Использование принципов Золотого сечения в рекламном дизайне.
14. Основные законы композиции и их применение в графическом дизайне.
15. Декоративно-прикладное искусство Древнего Египта
16. Декоративно-прикладное искусство Древней Греции
17. Декоративно-прикладное искусство Древнего Рима
18. Декоративно-прикладное искусство Японии
19. Декоративно-прикладное искусство Китая.
20. Средневековое декоративно-прикладное искусство.

Критерии оценивания индивидуальной работы студента.

- Цель работы: насколько четко сформулирована.
- Структура: логичность и последовательность изложения материала.
- Аргументация: обоснованность, убедительность, наличие позитивной оценки и возможной критики, серьезность научных источников.
- Научный поиск: использование соответствующей литературы.
- Язык работы: понятность, грамотность.
- Творческий подход: творческое отношение к отбору, обработке материалов, наличие оригинальных выводов.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

- Декоративная и утилитарная функции дизайна.
- Художественный дизайн и техническая эстетика в рекламе.
- Понятия предмет, объект и метод дизайна.
- Области дизайн-деятельности: практическая, академическая (учебная), теоретическая, оценочно-критическая, консультативная.
- Возникновение декоративно-прикладного искусства.
- Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Древний Египет,
- Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Древняя Греция,
- Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Древний Рим,
- Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Византия.
- Декоративно-прикладное искусство средних веков (восточное декоративно-прикладное искусство,
- Западноевропейское декоративно-прикладное искусство).
- Декоративно-прикладное искусство эпохи промышленной революции.
- Орнамент и его применение в дизайне рекламы.
- Изобразительный, неизобразительный и комбинированный орнаменты.
- Классификация орнаментов по изобразительным мотивам (растительный, геометрический, анималистический, антропологический, каллиграфический, фантастический, астральный и т.д.).
- Классификация орнаментов по стилевой принадлежности (античный, готический, барочный и т.д.).
- Классификация орнаментов по народной принадлежности (русский, белорусский, греческий и т.д.).
- Классификация орнаментов по изобразительной форме (плоскостной, рельефный(небольшое возвышение), контррельефный(небольшое углубление внутрь)).
- Орнамент. Исторический аспект. Кельтский орнамент.
- Орнамент. Исторический аспект. Восточный орнамент. Япония, Китай.
- Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – вторая половина XIX века, начало XX века (Германский художественно-промышленный союз).
- Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – русский конструктивизм и его роль в становлении дизайна в России в 20-е годы XX века.
- Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – 30-е годы XX века (появление первых дизайн-бюро, формирование теоретической базы дизайна).
- Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – швейцарская школа графического дизайна.
- Систематизация видов дизайна по отношению к категориям «утилитарное» и «эстетическое»: нон-дизайн(non-design), системный дизайн, арт-дизайн(«дизайн-искусство»), инженерный дизайн, художественное конструирование, стайлинг.
- Элементы рекламного дизайна: цветовое решение рекламы, форма, размер, направление, текстура.
- Принципы дизайна рекламы:уравновешенность, пропорция, последовательность, единство, акцент.
- Взаимосвязь вербальной и визуальной составляющих рекламы.

- Образное и ассоциативное мышление в дизайне рекламы.
- Особенности графического дизайна.
- История графического дизайна.
- История развития графического дизайна в России.
- Принципы графического дизайна.
- Производство графического дизайна.
- Создание эффективной рекламы, благодаря графическому дизайну.
- Современные тенденции и направления в графическом дизайне.
- Инфографика — визуализация данных или идей, целью которой является донесение сложной информации до аудитории быстрым и понятным образом.
- Виды инфографики по способу отображения: статичная, динамическая, интерактивная.
- Виды инфографики по типу источника: аналитическая, новостная, инфографика реконструкции.
- Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – UX-дизайнер.
- Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – UI-дизайнер (дизайнер интерфейсов).
- Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – визуальный дизайнер (графический дизайнер),
- Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – дизайнер взаимодействия (моушн-дизайнер),
- Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – UX-исследователь (Исследователь пользователей),
- Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – фронтенд-разработчик (UI-разработчик),
- Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – продуктовый дизайнер.
- Основные направления в дизайне интерфейсов: скевоморфизм, плоский дизайн, материальный дизайн, неоморфизм.
- История возникновения метода дизайн-мышление в проектировании.
- Отличие метода дизайн-мышление от аналитического проектирования.
- Этапы проектирования рекламного продукта методом дизайн-мышление: эмпатия, фокусировка, генерация идей, выбор идеи, прототипирование, тестирование.

8. ОБРАЗЕЦ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» Филологический факультет

<i>Направление подготовки:</i>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
<i>Профиль:</i>	
<i>Программа подготовки:</i>	бакалавриат
<i>Семестр</i>	VII
<i>Учебная дисциплина</i>	«Теория и практика дизайна в рекламных технологиях»

МОДУЛЬНАЯ КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

ВАРИАНТ №1 Создание макета инфографики к предложенному текстовому материалу

1. Подготовка объектов для создания объектов, используемых при создании инфографики.

2. Оформление и сборка макета.
3. Подготовка к размещению макета в издании.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
протокол № ____ от «__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
Преподаватель

И.М. Артамонова
Е.Г. Грудева

Критерии оценивания модульного контроля

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	5
2	5
3	5
<i>Всего</i>	<i>15</i>

9. ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Теоретические вопросы к экзамену

1. Дизайн как вид деятельности
2. Дизайн как формообразование.
3. Декоративная и утилитарная функции дизайна.
4. Художественный дизайн и техническая эстетика в рекламе.
5. Понятия предмет, объект и метод дизайна.
6. Области дизайн-деятельности: практическая, академическая (учебная), теоретическая, оценочно-критическая, консультативная.
7. Возникновение декоративно-прикладного искусства.
8. Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Древний Египет,
9. Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Древняя Греция,
10. Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Древний Рим,
11. Декоративно-прикладное искусство древнего мира – Византия.
12. Декоративно-прикладное искусство средних веков (восточное декоративно-прикладное искусство,
13. Западноевропейское декоративно-прикладное искусство).
14. Декоративно-прикладное искусство эпохи промышленной революции.
15. Орнамент и его применение в дизайне рекламы.
16. Изобразительный, неизобразительный и комбинированный орнаменты.
17. Классификация орнаментов по изобразительным мотивам (растительный, геометрический, анималистический, антропологический, каллиграфический, фантастический, астральный и т.д.).
18. Классификация орнаментов по стилевой принадлежности (античный, готический, барочный и т.д.).
19. Классификация орнаментов по народной принадлежности (русский, белорусский, греческий и т.д.).
20. Классификация орнаментов по изобразительной форме (плоскостной, рельефный(небольшое возвышение), контррельефный(небольшое углубление внутрь)).
21. Орнамент. Исторический аспект. Кельтский орнамент.

22. Орнамент. Исторический аспект. Восточный орнамент. Япония, Китай.
23. Орнамент. Исторический аспект. Восточный орнамент. Арабский орнамент.
24. Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – вторая половина XIX века, начало XX века (Германский художественно-промышленный союз).
25. Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – русский конструктивизм и его роль в становлении дизайна в России в 20-е годы XX века.
26. Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – 30-е годы XX века (появление первых дизайн-бюро, формирование теоретической базы дизайна).
27. Основные вехи зарождения, становления и эволюции дизайна – швейцарская школа графического дизайна.
28. Систематизация видов дизайна по отношению к категориям «утилитарное» и «эстетическое»: нон-дизайн(non-design), системный дизайн, арт-дизайн(«дизайн-искусство»), инженерный дизайн, художественное конструирование, стайлинг.
29. Элементы рекламного дизайна: цветовое решение рекламы, форма, размер, направление, текстура.
30. Принципы дизайна рекламы: уравновешенность, пропорция, последовательность, единство, акцент.
31. Взаимосвязь вербальной и визуальной составляющих рекламы.
32. Образное и ассоциативное мышление в дизайне рекламы.
33. Особенности графического дизайна.
34. История графического дизайна.
35. История развития графического дизайна в России.
36. Принципы графического дизайна.
37. Производство графического дизайна.
38. Создание эффективной рекламы, благодаря графическому дизайну.
39. Современные тенденции и направления в графическом дизайне.
40. Инфографика — визуализация данных или идей, целью которой является донесение сложной информации до аудитории быстрым и понятным образом.
41. Виды инфографики по способу отображения: статичная, динамическая, интерактивная.
42. Виды инфографики по типу источника: аналитическая, новостная, инфографика реконструкции.
43. Преимущества инфографики.
44. Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – UX-дизайнер.
45. Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – UI-дизайнер (дизайнер интерфейсов).
46. Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – визуальный дизайнер (графический дизайнер),
47. Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – дизайнер взаимодействия (моушн-дизайнер),
48. Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – UX-исследователь (Исследователь пользователей),
49. Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – фронтенд-разработчик (UI-разработчик),
50. Дизайнеры, занимающиеся разработкой интерфейсов – продуктовый дизайнер.
51. Основные направления в дизайне интерфейсов: сквоморфизм, плоский дизайн, материальный дизайн, неоморфизм.
52. История возникновения метода дизайн-мышление в проектировании.

53. Отличие этого метода от аналитического проектирования.
54. Этапы проектирования рекламного продукта методом дизайн-мышление: эмпатия, фокусировка, генерация идей, выбор идеи, прототипирование, тестирование.

**ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Филологический факультет**

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
Профиль:
Программа подготовки: **бакалавриат**
Семестр **7**
Учебная дисциплина **«Теория и практика дизайна в рекламных технологиях»**

БИЛЕТ №1

1. Декоративная и утилитарная функции дизайна.
2. История развития графического дизайна в России.
3. Виды инфографики по типу источника: аналитическая, новостная, инфографика реконструкции.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,
 протокол № ____ от «____» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой
 Экзаменатор

И.М. Артамонова
 Е.Г. Грудева

Критерии оценивания экзамена

<i>Номер задания</i>	<i>Количество баллов</i>
1	15
2	15
3	15
Всего	45 баллов

10. ОБРАЗЕЦ ТЕСТОВОГО ЗАДАНИЯ

Тестовые задания не предусмотрены.

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Объектом оценивания знаний студентов является материал дисциплины, степень и качество усвоения которого устанавливается во время текущего и модульного контроля по 100 - бальной шкале. Текущий контроль осуществляется в несколько этапов:

- оценивание работы студента в учебной аудитории во время лабораторных занятий;
- оценивание различных видов работ, выполненных студентом самостоятельно;
- модульная контрольная работа.

Самостоятельная работа студента оценивается преподавателем во время групповых и индивидуальных консультаций. За данный вид работы студент может получить максимальное количество баллов при условии самостоятельного выполнения задания.

По модулю предусмотрено выполнение контрольной работы, которая включает выполнение практического задания. Модульная контрольная работа включает 3 задания (по 5 баллов за задание, итого 15 баллов). Сумма баллов по текущему контролю получается суммированием

баллов, полученных студентами на различных этапах (за работу в аудитории, за выполнение заданий самостоятельной работы и за модульную контрольную работу). Сумма баллов по текущему контролю получается суммированием баллов, полученных студентами на различных этапах (за работу в аудитории, за выполнение заданий самостоятельной работы и за модульную контрольную работу).

Общее количество баллов, полученных студентом по дисциплине, получается суммированием баллов, полученных им на различных этапах (за работу в аудитории, за выполнение заданий самостоятельной работы и за модульную контрольную работу).

Оценка знаний студентов проводится по 100-балльной шкале согласно критериям, приведенным в таблице. **Распределение баллов, которые могут получить студенты**

в процессе изучения дисциплины

Организационно-учебная работа студента	СРС			Всего
	Индивидуальная работа	Модульный контроль	Индивидуальная творческая работа	
Max 60 баллов	max 15 баллов	max 15 баллов	max 10 баллов	100 баллов

Шкала соответствия баллов национальной шкале

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения лекционных занятий используется аудитория на группу, оборудованная меловой доской, мультимедийным проектором и экраном (ауд. 111, корпус №3, ул. Щорса. 17).

Для обеспечения практических занятий по данному курсу необходимы цифровые камеры, оборудование для студийной фотосъемки, аудитории, оборудованные ПК с установленным необходимым программным обеспечением, выход в Интернет, Wi-Fi доступ в корпусах университета, текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета.

13. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС
<i>Основная литература</i>			
1.	Лаврентьев, А. Н. История дизайна : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 052400 Дизайн / А. Н. Лаврентьев. - Москва : Гардарики, 2008. - 303 с.	3	+
2.	Мировая художественная культура. XX век : изобразит. искусство и дизайн / Е. П. Львова, Д. В. Сарабьянов, Е. П. Кабкова и др. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2008. - 460 с. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).	3	+
3.	Нельсон, Д. Проблемы дизайна : пер. Д. Э.Куниной, Д. В. Сильвестрова / Д. Нельсон. - Москва : Искусство, 1971.	2	+
4.	Орнамент стиля модерн : [альбом] / сост. и предисл. В. И. Ивановской. - Москва : В. Шевчук, 2007. - 191 с.	2	+
5.	Рожнова, О. И. История журнального дизайна / О. И. Рожнова. - Москва : Унив. кн., 2009. - 272 с.	1	+
6.	Русские орнаменты : [альбом] / сост. и предисл. В. И. Ивановской. - Москва : В. Шевчук, 2008. - 223 с.	1	+
7.	Русский авангард 1910-1920-х годов : проблема коллажа / Редкол.: Г. Ф. Коваленко (пред.) и др. ; Рос. акад. наук ; Науч. совет "Ист.-теорет. пробл. искусствознания" ; Комис. по изуч. искусства авангарда 1910-1920-х г. - Москва : Наука, 2005. - 429, [1] с	4	+
8.	Фрост, К. Дизайн газет и журналов / К. Фрост ; [пер. с англ. М. В. Лапшинова]. - М. : Унив. кн., 2008. - 231 с.	4	+
<i>Дополнительная литература</i>			
9.	Искусство дизайна с компьютером и без... : перевод с английского. - [2-е изд.]. - М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2005. - 198, [6] с.	4	-
10.	Павловская, Е. Дизайн рекламы : поколение NEXT / Елена Павловская. - СПб. : Питер, 2004. - 318 с.	3	+
11.	Соотношение общей и технической эстетики : (Науч. и метод. аспекты) / [А. П. Баронас, М. С. Каган, Е. Ф. Бадулин и др. ; Редкол.: Э. В. Бурмакин (отв. ред.) и др.] ; Том. гос. ун-т им. В. В. Куйбышева. - Томск : Изд-во Том. ун-та, 1988. - 205, [2] с.	3	-
12.	Хромов, Лев Н. Рекламная деятельность: искусство, теория, практика : Настольная кн. делового человека - менеджера и бизнесмена / Л.Н. Хромов. - Петрозаводск : Фолиум, 1994. - 312 с.	3	-

14. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

- 1 [НЭБ eLibrary](#) Доступ к научным журналам Научной электронной библиотеки eLibrary (РФ, ЛС №4699 от 23.11.2009). Участие в проекте Science Index для авторов.
- 2 [Book on Lime](#) Сервис BookOnLime (РФ, ЛД №23-01/18 от 28.06.2018 г.) - новое поколение интерактивных книг от ведущих университетов и вузов России.
- 3 [ЭБС "Университетская библиотека онлайн"](#) ЭБС "Университетская библиотека онлайн" включает в себя электронные версии современных учебников, учебных пособий по всем направлениям знаний; монографии, сборники научных трудов, энциклопедии и др.
- 4 [ЭБС IPR BOOKS](#) ЭБС IPR BOOKS содержит более 100000 публикаций. В основной каталог включено более 40000 лицензионных изданий — книг и журналов. Он разбит на более чем 600 тематических коллекций, сформированных согласно перечню укрупненных групп специальностей (приказ Минобрнауки от 12.09.2013 № 1061).
- 5 [ЭБС «БиблиоРоссика»](#) ЭБС «БиблиоРоссика» - современная электронно-библиотечная система, предназначенная для исследователей, преподавателей и студентов. В ней представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным, техническим и естественным наукам.
- 6 [ЭБС Айбукс](#) ЭБС "Айбукс" - это широкий спектр самой современной учебной и научной литературы ведущих издательств России. Большинство книг имеют грифы Минобрнауки РФ, УМО и НМС по различным областям знаний.
- 7 [ЭБС "Лань"](#) В ЭБС представлены учебная, научная, профессиональная литература и периодика по различным направлениям подготовки, возможности формирования РПД

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения: FreeLab, Scilab, R Studio, Python, Eclipse, Free Pascal, Tries Mode, Prolog, Антивирус Касперского, Linux Fedora, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Blender, КОМПАС -3D, LT, Paint.NET, Gimp.

Рабочая программа рассмотрена и переутверждена на заседании кафедры журналистики с изменениями (без изменений) на 20____ год.

Протокол № ____ от « ____ » _____ 20____ г.

Заведующий кафедрой _____