

**Образовательное частное учреждение
Дополнительного профессионального образования «Центр
компьютерного обучения «Специалист» Учебно-научного центра при
МГТУ им. Н.Э. Баумана»
(ОЧУ «Специалист»)**

123242, город Москва, улица Зоологическая, дом 11, строение 2, помещение I, комната 11
ИНН 7701257303, ОГРН 1037739408189

Утверждаю:

Директор ОЧУ «Специалист»



/Т.С.Григорьева/

«03» июня 2018 года

**Рабочая программа дисциплины
«Дизайн рекламы»**

**дополнительной программы
профессиональной переподготовки
«Графический дизайн и реклама»**

Сфера деятельности: графический дизайн

Срок обучения: 30 недель (7,5 месяцев)

Форма обучения: очно-заочная

Москва, 2018

Программа разработана в соответствии с приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 499 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам".

Повышение квалификации слушателей, осуществляемое в соответствии с программой, проводится с использованием модульного принципа построения учебного плана с применением различных образовательных технологий, в том числе дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в соответствии с законодательством об образовании.

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации, разработана образовательной организацией в соответствии с законодательством Российской Федерации, включает все модули, указанные в учебном плане.

Содержание оценочных и методических материалов определяется образовательной организацией самостоятельно с учетом положений законодательства об образовании Российской Федерации.

Структура дополнительной профессиональной программы соответствует требованиям Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденного приказом Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. N 499.

Объем дополнительной профессиональной программы вне зависимости от применяемых образовательных технологий, должен быть не менее 16 академических часов. Сроки ее освоения определяются образовательной организацией самостоятельно.

Формы обучения слушателей (очная, очно-заочная, заочная) определяются образовательной организацией самостоятельно.

К освоению дополнительных профессиональных программ допускаются:

- лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование;
- лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Для определения структуры дополнительной профессиональной программы и трудоемкости ее освоения может применяться система зачетных единиц. Количество зачетных единиц по дополнительной профессиональной программе устанавливается организацией.

Образовательная деятельность слушателей предусматривает следующие виды учебных занятий и учебных работ: лекции, практические и семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации, выполнение аттестационной, дипломной, проектной работы и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

Цель программы: Цель курса «Дизайн рекламы» - научить слушателей оформлять креативные идеи продающим дизайном, дополнять им текст и в целом вести успешные рекламные компании. На курсе «Дизайн рекламы» слушатели начнут/или продолжают формировать портфолио, в которое соберут свои достижения: рекламный модуль для газеты/журнала, рисунок на сувенирную продукцию, макет Интернет-баннера с рекламным рисунком, рекламный постер/плакат, логотип компании в фирменном цветовом и шрифтовом решении, элементы брендбука (шаблон письма и фирменный бланк).

Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	ФГОС ВПО 54.03.01 ДИЗАЙН (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА) Код компетенции
---	-------------	--------------------------------------------------------------------------

1	Способность использовать информационные ресурсы: современные информационные технологии и графические редакторы для реализации и создания документации по дизайн-проектам	ПК-1 ПК-2 ПК-3
---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------

Совершенствуемые компетенции в соответствии с трудовыми функциями профессионального стандарта:

1) «Графический дизайнер» (Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 января 2017 года N 40н)

1	Компетенция	ПС «Графический дизайнер»
	ОТФ	Трудовые функции (код)
	В6 Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	В/02.6 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

Планируемый результат обучения:

После окончания обучения Слушатель будет знать:

- Традиции и преемственность в развитии рекламного дизайна;
- Формообразование в рекламной структуре. Композиция рекламного сообщения;
- Логотип. Его разновидности, назначение, структура, образный язык;
- Шрифт. Взаимосвязь формы и семантики. Правила конструирования, использования и сочетания шрифтов в рекламном сообщении;
- AIDA и другие формулы эффективной рекламы;
- Правила, лежащие в основе создания рекламных сообщений.

После окончания обучения Слушатель будет уметь:

- Определять стратегию и тактику рекламы.
- Эффективно использовать различные компоненты рекламы.
- Привлекать внимание к созданной рекламе.
- Учитывать в работе универсальные законы восприятия рекламы.
- Разрабатывать гармоничные рекламные композиции.
- Создавать эффективные рекламные тексты, правильно подбирать иллюстрации.
- Разрабатывать корпоративную символику.
- Оформлять наружную рекламу.

Учебный план:

Категория слушателей: для специалистов в области графики, дизайна, рекламы или для тех, кто хочет стать профессионалом в этой сфере.

Требования к предварительной подготовке:

Успешное окончание курса Основы дизайна или эквивалентная подготовка.

Срок обучения: 60 академических часов, в том числе 40 аудиторных, 20 самостоятельно (СРС).

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная. По желанию слушателя форма обучения может быть изменена и/или дополнена.

Режим занятий: дневной, вечерний, группы выходного дня.

№ п/п	Наименование модулей по программе	Общая трудоемкость (акад. часов)	Всего ауд. ч	В том числе		СРС, ч	Форма ТА ¹
				Лекций	Практических занятий		
1	Модуль 1. Введение.	4	2	2	0	2	
2	Модуль 2. Стилль, его структура, компоненты и влияющие факторы.	8	6	2	4	2	Практическая работа
3	Модуль 3. Элементы рекламного дизайна.	6	4	2	2	2	Практическая работа
4	Модуль 4. Психология и реклама.	6	4	2	2	2	Практическая работа
5	Модуль 5. Креативность и логика в создании дизайна рекламы.	6	4	2	2	2	Практическая работа
6	Модуль 6. Производство рекламных материалов: особенности полиграфии и веб-носителей.	6	4	2	2	2	Практическая работа
7	Модуль 7. Производство рекламных материалов: особенности СМИ и видеорекламы, наружной рекламы и светового оформления.	6	4	2	2	2	Практическая работа
8	Модуль 8. Теория и практика фотографии в рекламе.	6	4	2	2	2	Практическая работа
9	Модуль 9. Дизайн рекламы и текст.	6	4	2	2	2	Практическая работа
10	Модуль 10. Оформление дизайн-решений. Создание брендбука. Тренды в рекламном дизайне. Ошибки и проблемы современного рекламного дизайна.	6	4	2	2	2	Практическая работа
		60	40	10	20	20	
	Промежуточная аттестация	Лабораторная работа					

Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

Количество аудиторных занятий при очно-заочной форме обучения составляет 20-25% от общего количества часов.

¹ ТА – Текущая аттестация.

Форма Промежуточной аттестации – см. в ЛНА «Положение о проведении промежуточной аттестации слушателей и осуществлении текущего контроля их успеваемости» п.3.3.

1. Календарный учебный график

Календарный учебный график формируется при осуществлении обучения в течение всего календарного года. По мере набора групп слушателей по программе составляется календарный график, учитывающий объемы лекций, практики, самоподготовки, выезды на объекты.

Неделя обучения	1	2	3	4	5	6	7	Итого часов
	пн	вт	ср	чт	пт	сб	вс	
1 неделя	2	2	2	2	2	-	-	10
СРС	0	0	1	0	1	-	-	2
2 неделя	2	2	2	2	2	-	-	10
СРС	0	0	1	0	1	-	-	2
3 неделя	2	2	2	2	2	-	-	10
СРС	0	0	1	0	1	-	-	2
4 неделя	2	2	2	2	2	-	-	10
СРС	0	0	1	0	1	-	-	2
5 неделя	2	2	2	2	2ПА	-	-	10
СРС	0	0	1	0	1	-	-	2
	10	10	15	10	15	-	-	60

Примечание: ПА – Промежуточная аттестация (Тест)

2. Рабочие программы учебных предметов

Модуль 1. Введение.

- Цели и задачи рекламной деятельности.
- Базовые профессиональные понятия.
- Крупнейшие вехи и персоналии в рекламе.
- Традиции и преемственность в развитии рекламного дизайна.

Модуль 2. Стиль, его структура, компоненты и влияющие факторы.

- Связь визуального образа и рекламной задачи.
- Творческая работа по стилизации.
- Направления рекламы.
- Компоненты продуктивного рекламного сообщения.
- Творческая и функциональная составляющие графического решения.
- Формообразование в рекламной структуре. Композиция рекламного сообщения.
- Цвет как фактор рекламного воздействия.
- Специфика серийного дизайна.
- Творческая работа по рекламной композиции.

Модуль 3. Элементы рекламного дизайна.

- Логотип. Его разновидности, назначение, структура, образный язык.
- Развитие фирменного стиля на основе логотипа.

- Шрифт. Взаимосвязь формы и семантики. Правила конструирования, использования и сочетания шрифтов в рекламном сообщении.
- Пиктографика. Универсальность коммуникативного инструментария, особенности стилевых решений.
- Инфографика. Принципы визуализации информации. Типы инфографики, направления ее использования.
- Творческая работа по комплексному дизайну.

Модуль 4. Психология и реклама.

- Информативная и коммуникативная функции рекламы. Законы коммуникации. Способы адресации рекламного сообщения.
- AIDA и другие формулы эффективной рекламы.
- Фундаментальные основы психологии личности. Психологические основы рекламного воздействия. Факторы, влияющие на восприятие.
- Иллюзии, парадоксы и ошибки восприятия как инструменты привлечения внимания. Форма и смысл рекламного сообщения.
- Работа с семантической составляющей.
- Линии и специфика взаимодействия «дизайнер-потребитель рекламы» и «дизайнер-заказчик рекламы».
- Творческая работа по разработке воздействия рекламы.

Модуль 5. Креативность и логика в создании дизайна рекламы.

- Правила, лежащие в основе создания рекламных сообщений.
- Бриф как основа упорядоченного взаимодействия. Логическая структура рекламной деятельности.
- Структура творческой составляющей – от замысла до воплощения. Методы повышения креативности.
- Использование стандартных и креативных приемов в различных видах рекламы.
- Идеи для создания визуального образа.
- Классические исследования в области креативной рекламы.
- Творческая работа по креативному рекламному дизайну.

Модуль 6. Производство рекламных материалов: особенности полиграфии и веб-носителей.

- Основные сведения о полиграфических технологиях, способах отделки и оформления печатных рекламных материалов. Взаимосвязь технологий и рекламной задачи.
- Упаковка как форма рекламы. Особенности проектирования и использования.
- POS-материалы. Креативная и технологическая составляющие при разработке дизайна.
- Веб-реклама. Особенности дизайн-проектирования мультимедийных рекламных материалов.
- Анимация в веб-рекламе. Особенности создания эффективных банеров.
- Принципы разработки веб-сайтов как рекламных носителей и компонентов фирменного стиля.
- Творческая работа по рекламному дизайну с учетом особенностей носителей.

Модуль 7. Производство рекламных материалов: особенности СМИ и видеорекламы, наружной рекламы и светового оформления.

- Телевидение и СМИ как проводники фирменного стиля и рекламных сообщений.
- Интернет как носитель прямой и вирусной рекламы.
- Дизайн игровой и анимационной телерекламы. Взаимодействие реальной природы и компьютерной графики.
- Фирменный персонаж. Характеристики, управление восприятием, конструирование.
- Мультимедийные технологии в рекламном дизайне. Особенности создания роликов для видеохостингов.
- Основные приемы, материалы и технологии наружной рекламы. Специфика разработки дизайна с учетом пространственных особенностей носителя и рекламной задачи. Использование текстуры, глубины пространства.
- Эффекты освещения. Технологии и эстетика световых решений.
- Творческая работа по рекламному дизайну с учетом особенностей носителей.

Модуль 8. Теория и практика фотографии в рекламе.

- Прикладная и художественная фотография как элементы рекламного дизайна.
- Выразительные возможности фотоаппаратуры и устройств.
- Предметная каталожная фотосъемка. Особенности, виды и техника съемки.
- Фотопривязки для целей наружной рекламы. Подготовка материалов и оформление.
- Креативная творческая рекламная фотография. Как создать хороший снимок.
- Творческая работа по рекламной фотосъемке.

Модуль 9. Дизайн рекламы и текст.

- Типографика. Ключевые приемы, понятия, направления.
- Слоган как элемент рекламы. Взаимодействие слогана, логотипа, фирменного стиля и рекламных материалов.
- Визуальный образ текста. Создание оригинальных шрифтовых решений, использование массы текста как рекламного элемента.
- Копирайт. Креативность словесная и изобразительная. Принципы гармонического сочетания и использования текстовых материалов в рекламном дизайне.
- Творческая работа по рекламному комплексному дизайну.

Модуль 10. Оформление дизайн-решений. Создание брендбука. Тренды в рекламном дизайне. Ошибки и проблемы современного рекламного дизайна.

- Брендбук. Его разработка и использование для целей рекламного дизайна. Варианты и структура брендбука.
- Дизайн-проект от эскиза вариантов до подачи и сопровождения.
- Обзор современных тенденций в айдентике.
- Ошибки в дизайне логотипов.
- Ошибки рекламного дизайна.
- Границы приемлемого в рекламе. Рискованный дизайн, имидж и скандальная известность, реклама деликатных и неочевидных тем.
- Организация резюме и портфолио рекламного дизайнера.

4. Организационно-педагогические условия

Соблюдение требований к кадровым условиям реализации дополнительной профессиональной программы:

а) преподавательский состав образовательной организации, обеспечивающий образовательный процесс, обладает высшим образованием и стажем преподавания по изучаемой тематике не менее 1 года и (или) практической работы в областях знаний, предусмотренных модулями программы, не менее 3 (трех) лет;

б) образовательной организацией наряду с традиционными лекционно-семинарскими занятиями применяются современные эффективные методики преподавания с применением интерактивных форм обучения, аудиовизуальных средств, информационно-телекоммуникационных ресурсов и наглядных учебных пособий.

Соблюдение требований к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению дополнительной профессиональной программы:

а) образовательная организация располагает необходимой материально-технической базой, включая современные аудитории, библиотеку, аудиовизуальные средства обучения, мультимедийную аппаратуру, оргтехнику, копировальные аппараты. Материальная база соответствует санитарным и техническим нормам и правилам и обеспечивает проведение всех видов практической и дисциплинарной подготовки слушателей, предусмотренных учебным планом реализуемой дополнительной профессиональной программы.

б) в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в модулях дополнительной профессиональной программы.

5. Формы аттестации и оценочные материалы

Образовательная организация несет ответственность за качество подготовки слушателей и реализацию дополнительной профессиональной программы в полном объеме в соответствии с учебным планом.

Оценка качества освоения слушателями программы курса включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Текущая аттестация проводится в форме, предусмотренной ЛНА «Положение о проведении промежуточной аттестации слушателей и осуществлении текущего контроля их успеваемости» п.3.3. и определяется преподавателем курса. К промежуточной аттестации допускаются слушатели, выполнившие все виды текущей аттестации, предусмотренные в настоящей программе.

Слушатели, успешно освоившие программу курса и прошедшие промежуточную аттестацию, получают удостоверение о повышении квалификации, а также допускаются к освоению следующего курса, входящего в состав дипломной программы (ДПП подготовки).

Слушателям, не прошедшим промежуточной аттестации или получившим на промежуточной аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть курса и (или) отчисленным из образовательной организации, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому образовательной организацией.

К итоговой аттестации по ДПП переподготовки допускаются только те слушатели, которые сдали промежуточную аттестацию по всем курсам (включая данный), входящим в дипломную программу (ДПП переподготовки).

Промежуточная аттестация проводится по форме выполнения задания в соответствии с учебным планом. Результаты промежуточной аттестации заносятся в соответствующие документы. Результаты промежуточной аттестации слушателей ДПП выставляются по двух балльной шкале («зачтено»/ «не зачтено»). «Зачтено» выставляется, если слушатель набирает не менее 70% баллов (правильных ответов и/или выполненных заданий).

Текущая аттестация:

Практическая работа (выполнение заданий):

<i>№п/п</i>	<i>Тематика практического занятия</i>	<i>Форма ТА</i>
2	Творческая работа по рекламной композиции.	Практическая работа
3	Творческая работа по комплексному дизайну.	Практическая работа
4	Творческая работа по разработке воздействия рекламы.	Практическая работа
5	Творческая работа по рекламному дизайну с учетом особенностей носителей.	Практическая работа
6	Творческая работа по рекламному дизайну с учетом особенностей носителей.	Практическая работа
7	Творческая работа по рекламной фотосъемке.	Практическая работа
8	Творческая работа по рекламному комплексному дизайну.	Практическая работа
9	Организация резюме и портфолио рекламного дизайнера.	Практическая работа

Промежуточная аттестация по курсу:

Защита проекта