

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«03» « сентября » 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

Дизайн в PR и рекламе

Закреплена за кафедрой Учебный план	<i>социальных коммуникаций 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль "Работа с социальными медиа"</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Общая трудоёмкость	<i>4 зач.ед.</i>
Часов по учебному плану	<i>144 час.</i>
в том числе:	
аудиторная контактная работа	<i>46,45 час.</i>
самостоятельная работа	<i>97,55 час.</i>
Вид(ы) контроля в семестрах зачет с оценкой	<i>5 семестр</i>

Программу составил: Е.Н. Винокурова, ассистент КСК ФП НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д. филос. н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Дизайн в PR и рекламе» разработана в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол от 25.02.2019 г. №2)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол №1 от 03.09.2020

Цель освоения дисциплины «Дизайн в PR и рекламе» состоит в формировании у студентов базовых компетенций в области истории и методологии дизайна, необходимых для профессиональной деятельности в PR и рекламе, и навыков использования различных графических редакторов при решении дизайн-задач в рамках профессиональной деятельности.

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Дизайн в PR и рекламе» входит в профессиональный цикл ОПОП бакалавриата, в часть, формируемую участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору студента.

Курс «Дизайн в PR и рекламе» формирует заявленные компетенции в интеграции со следующими дисциплинами и практиками ОПОП: «Основы компьютерного дизайна: практикум», «Учебная практика», «Профессионально-ознакомительная (проектно-технологическая) практика» (ИПК-4.2).

Результаты обучения по данной дисциплине являются пререквизитами успешной подготовки к сдаче и сдаче государственного междисциплинарного экзамена, а также к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
ПК-4 Способность работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.	ИПК-4.2 Способен использовать различные графические редакторы при решении задач профессиональной деятельности	РО-ИПК-4.2.1 Способен применять в профессиональной деятельности основы теории и методы графического дизайна;
		РО-ИПК-4.2.2 Владеет графическими инструментами создания брендинговых, рекламных и PR-материалов, а также демонстрирует навыки работы в графических редакторах для создания брендинговых, рекламных и PR-материалов;
		РО-ИПК-4.2.3 Способен с помощью графических редакторов создавать дизайн-проекты в профессиональной сфере с целью их дальнейшего размещения в пространстве новых медиа.

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	5 семестр	
Общая трудоемкость		144
Контактная работа:	5	44,25
Лекции (Л):	5	20
Практические занятия (ПЗ)	5	24
Лабораторные работы (ЛР)	5	0
Семинарские занятия (СЗ)	5	0
Групповые консультации	5	0
Индивидуальные консультации	5	0
Промежуточная аттестация	5	0,25
Самостоятельная работа обучающегося:	5	99,75
- подготовка доклада и электронной презентации	5	20
- изучение учебного материала, публикаций, кейсов, интернет-ресурсов	5	12
- подготовка к практическим занятиям	5	33
- выполнение итогового проекта	5	34,75
Вид промежуточной аттестации	5	зачет с оценкой

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Семестр	Часы в электронной форме	Всего (час.)	Код (ы) результата(ов) обучения
Раздел 1. Дизайн и его роль в современном обществе и в сфере социальных коммуникаций (PR, рекламе и брендинге)						
1.1.	Дизайн и его роль в современном обществе: понятие дизайна; общая характеристика; место дизайна в современном обществе; основные функции дизайнера в современном обществе; основные виды дизайнерской деятельности.	Лекции	5		2	РО-ИПК-4.2.1
1.2.	Роль дизайнера в сфере социальных коммуникаций: графический дизайн и его основные виды; роль дизайнера в профессиональной деятельности специалиста сферы социальных коммуникаций; виды графического дизайна; тренды графического дизайна.	Лекции	5		2	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
	Изучение учебного материала, публикаций, кейсов, интернет-ресурсов	СРС	5		6	РО-ИПК-4.2.1
	Подготовка к практическим занятиям	СРС	5		11	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
Раздел 2. Историческое становление дизайна						
2.1.	Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна: с Древнейших времен до Нового времени: версии возникновения дизайна; два основных периода в истории становления дизайна; Первобытность как время зарождения проектного сознания; античное проектное мышление; античный стиль; средневековые «протодизайн-проекты»; романский стиль; эпоха Возрождения и протодизайн; «первый протодизайнер»; стиль барокко.	Лекции	5		2	РО-ИПК-4.2.1
2.2.	Период протодизайна: с эпохи Нового времени до начала эпохи индустриализации: протодизайн в эпоху Нового времени; проект как промежуточный продукт деятельности проектировщика; техника как источник дизайнерских методов проектирования; появление корпоративного стиля; изобретательский бум; концепции в мире дизайна.	Лекции	5		2	РО-ИПК-4.2.1

2.3.	История самого дизайна как профессиональной деятельности: появление новых принципов формообразования; комплексный подход в дизайне Петера Беренса; Баухауз и Ульмская школа как первые профессиональные учреждения, готовящие дизайнеров; общая характеристика стилей «Оливетти» и «Braun»; общая характеристика современного дизайна.	Лекции	5		2	РО-ИПК-4.2.1
2.4.	История становление отечественного дизайна: византийские традиции в отечественном дизайне; протодизайн-проект Петра I; периодизация истории отечественного дизайна; ВХУТЕМАС и его роль в становлении профессионального отечественного дизайна; современный российский дизайн (общая характеристика)	Лекции	5		2	РО-ИПК-4.2.1
	Подготовка к практическим занятиям	СРС	5		11	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
	Подготовка доклада и электронной презентации	СРС	5		10	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
2.5.	Презентация и обсуждение докладов	Практические занятия	5		2	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
Раздел 3. Стили и основные течения в дизайне						
3.1.	Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне: проблема дифференциации понятий модерна и модернизма; модерн в дизайне; ключевые фигуры модерна; традиция модерна в современном графическом дизайне; основные течения модернизма в дизайне, их общая характеристика и представители (Абстракционизм, Конструктивизм, Функционализм, Арт-деко. Сюрреализм).	Лекции	5		4	РО-ИПК-4.2.1
3.2.	Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне: ключевые отличия модернизма от постмодернизма; основные течения постмодернизма в дизайне, их общая характеристика и представители (Поп-арт, Оп-арт, Мемфис, Хай-тек, Сюрреализм).	Лекции	5		4	РО-ИПК-4.2.1
	Изучение учебного материала, публикаций, кейсов, интернет-ресурсов	СРС	5		6	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
	Подготовка к практическим занятиям	СРС	5		11	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
	Подготовка доклада и электронной презентации	СРС	5		10	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
3.3.	Презентация и обсуждение докладов	Практические занятия	5		2	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2
Раздел 4. Знакомство с графическими редакторами: разработка стратегий визуальных коммуникаций бренда и дизайнерских решений для рекламных и PR-материалов						

4.1., 4.2	Разработка фирменного стиля. Подбор цветов и шрифтов: понятие фирменного стиля; основные элементы фирменного стиля и их общая характеристика; носители фирменного стиля; этапы создания фирменного стиля; алгоритм выбора фирменных цветов; цветовой круг Иттена как инструмент выбора фирменных цветов; алгоритм выбора фирменных шрифтов; особенности фирменных шрифтов.	Практические занятия	5		4	РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
4.3., 4.4	Разработка фирменного стиля. Проектирование логотипа: основные виды логотипов; основные этапы проектирования логотипа и их общая характеристика.	Практические занятия	5		4	РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
4.5.	Разработка корпоративной полиграфии: роль корпоративной полиграфии в коммуникациях бренда; основные виды корпоративной полиграфии и их характеристика.	Практические занятия	5		2	РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
4.6.	Разработка шаблона презентации в фирменном стиле: роль шаблонов презентации в коммуникациях компании/бренда; варианты и способы создания шаблонов в фирменном стиле; алгоритм создания шаблона презентации в фирменном стиле.	Практические занятия	5		2	РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
4.7.	Разработка концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях: алгоритм разработки концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях с учетом особенностей той или иной соц. сети.	Практические занятия	5		2	РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
4.8.	Разработка концепции визуального оформления POS-материалов бренда: задачи POS-материалов; основные виды POS-материалов и их характеристика; общий план разработки POS-материалов бренда/компании	Практические занятия	5		2	РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
	Выполнение итогового проекта	СРС	5		34,75	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
4.9., 4.10	Презентация и обсуждение итоговых проектов	Практические занятия	5		4	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3
	Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)		5		0,25	РО-ИПК-4.2.1; РО-ИПК-4.2.2; РО-ИПК-4.2.3

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания курса «Дизайн в PR и рекламе» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с практическими занятиями, на которых формируются обозначенные выше компетенции.

Лекционные занятия чередуются с практическими занятиями, на которых знаниевый компонент компетенции обучающегося дополняется умениями и навыками использовать теоретические знания для решения практических коммуникационных и дизайн-задач.

При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция с элементами беседы», рекомендуется использовать:

- Метод проектной деятельности, направленный на развитие компетенций обучающихся в области планирования, аналитики и разработки дизайнерских решений, на формирование навыков командной работы и творческого проектирования. Публичная защита проекта позволяет слушателям отрабатывать навыки устной и электронной презентации результатов своей работы. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

- Технологию – «кейс-стади», представляющую собой изучение реальных проектов в сфере дизайна в PR и рекламе, которая позволяет подготовить соответствующие аналитические и прогнозные обзоры, тренды, заключения.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, должен составлять не менее 60% аудиторных занятий.

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины предполагает следующие виды работ: подготовка тематического доклада с презентацией, выполнение проекта и подготовка доклада и презентации (внеаудиторная) для его публичной защиты (аудиторная), выполнение контрольных заданий (аудиторная и внеаудиторная), изучение учебного материала, публикаций, кейсов и интернет-ресурсов (внеаудиторная), предложенных преподавателем, подготовка к практическим занятиям (внеаудиторная).

По итогам посещения лекционных и практических занятий, выполнения практических заданий (см. ФОС) обучающийся допускается к зачету с оценкой. Процедура промежуточной аттестации по дисциплине в форме зачета с оценкой предполагает подготовку обучающегося по вопросам, отражающим основные темы курса (см. ФОС), устный ответ преподавателю на вопросы, попавшиеся в билете.

4.1. Литература и учебно-методическое обеспечение

В период обучения студентам должны быть доступны такие учебно-методические материалы, как программа дисциплины «Дизайн в PR и рекламе» и электронные презентации основного содержания дисциплины.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *зачета с оценкой*, - см в документе «Фонд оценочных средств для изучения учебной дисциплины «Дизайн в PR и рекламе»; также должно осуществляться электронное сопровождение курса в системе Moodle.

А) Основная литература:

1. Курушин В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике – М: Издательство "ДМК Пресс», 2017 – 308 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:585459&theme=system>

2. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. – М: Издательство "ДМК Пресс", 2008. – 272 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592198&theme=system>
3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 249 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07466-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/423119>
4. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М: Издательство "ДМК Пресс», 2006. – 432 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592197&theme=system>

Б) Дополнительная литература:

1. Асанкожоева Ж. М., Бундова Е. С., Жоров Ю. В. Особенности формирования логотипа города в контексте символического содержания графических образов / – Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение 2018 № 29. С. 23-31. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:623907&theme=system>
2. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. – М: Издательство "ДМК Пресс", 2006. – 278 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592196&theme=system>
3. Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы [V] Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014 / [науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол. И. П. Кужелева-Саган, И. В. Гужова, Е. В. Полянская ; Том. гос. ун-т, Каф. соц. коммуникаций]. - Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2015. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000512508>
4. Деточенко Л. С., Лобко В. В., Межеричкая Н. В. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне – под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого – М: Харьков: Гуманитарный центр, 2015 – 430 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:504645&theme=system>
5. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06566-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/412054>
6. Пигулевский В.О. История дизайна. Вещи и бренды [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пигулевский В.О., Стефаненко А.С.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 235 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75952.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М: Издательство "ДМК Пресс», 2006. –

- 432 с. [Электронный ресурс]. URL:
<http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592197&theme=system>
8. Спичева Д. И. Графический дизайн как фактор эффективности современных имиджевых технологий / Д. И. Спичева // Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014. Томск, 2015. С. 212-215. URL:
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000518937>
 9. Спичева Д. И. Факторы эффективности цифрового имиджа как социально-технологического феномена / Д. И. Спичева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 8, ч. 2. С. 175-178. URL:
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000462231>
 10. Терри Ли Стоун, Син Адамс, Норин Мориока Дизайн цвета. Практикум : практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне – М. РИП-Холдинг, 2006. – 240 с. [Электронный ресурс]. URL:
<http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:564409&theme=system>

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. Онлайн-платформа для демонстрации работ в области дизайна - <https://www.behance.net/>
2. Сайт со шрифтами – <https://www.dafont.com/>
3. Сайт, определяющий цвета на фотографии - <https://www.degraeve.com/color-palette/>
4. Статьи по истории дизайна - <http://designhistory.ru/>
5. Российский сайт, посвященный дизайну - <http://sreda.boom.ru>
6. Сайт Британского музея дизайна - <http://designmuseum.org>
7. Портал для дизайнеров – https://design-mate.ru/#popup_close
8. Статьи о дизайне логотипов – <https://www.logodesignlove.com/>
9. Сайт с логотипами и визуальной айдентикой для вдохновения - <https://logopond.com/>
12. Музей\Архив Баухауз - <http://www.bauhaus.de>
13. Арт-каталог - <http://www.art-catalog.ru>
14. Сайт, посвященный Анри ван де Вельде - <http://www.henry-van-de-velde.com>
15. Портал о дизайне и рекламе: <http://adme.ru>
16. Сайт с цветовыми палитрами <https://colorhunt.co/>

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Mozilla Firefox
4. Opera
5. Google Chrome
6. 7zip
7. Adobe Photoshop CC 2017/2018/2019
8. Adobe Illustrator CC 2018/2019
9. CorelDRAW X8/ X9

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, оснащенный 15

компьютерами (для работы одной академической группы одновременно), с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.

2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и практические занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Дизайн в PR и рекламе» включает в себя прослушивание лекций и участие в практических занятиях, консультации преподавателя в течение семестра и во время сессии, самостоятельную подготовку студентов, выполнение рейтинговых заданий. Завершает изучение дисциплины сдача зачета с оценкой.

Лекции – одна из форм активной аудиторной работы обучающихся, требующая не просто прослушивания, но и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, может выносить некоторые вопросы на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам, учебным пособиям и тем учебно-методическим материалам, которые размещены в электронной оболочке курса в MOODLE. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к практическим занятиям, так и к зачету. **Практические занятия** предполагают подготовку и изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, образовательных интернет-порталов, изучение инструментов и возможностей графических редакторов и т.п. Прочитанную литературу рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при подготовке итогового проекта и подготовке к зачету. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им литература. На практических занятиях задания выполняются преимущественно в микро-группах, что требует умения работать в команде.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

Е.Н. Винокурова, ассистент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания – русский.