

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«ФДТ.2 Стилистика в издательском деле»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.03 Издательское дело

(код и наименование направления подготовки)

Художественно-техническое редактирование

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра дизайна

наименование кафедры

протокол № 6 от "29" 01 2019г.

Заведующий кафедрой

Кафедра дизайна

наименование кафедры



подпись

О.Б. Чепурова

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры дизайна

должность



подпись

Т.А. Путинцева

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.03 Издательское дело

код наименование



личная подпись

О.Б. Чепурова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

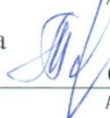


личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета



личная подпись

О.П. Тарасова

расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Путинцева Т.А., 2019

© ОГУ, 2019

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование у будущего бакалавра представления о современных рекламных и имиджевых технологиях в развитии издательской деятельности, о специфике проектирования рекламных объектов издательской продукции для формирования имиджевой политики.

Задачи:

- изучение основных особенностей формирования и функционирования рекламных и имиджевых технологий в развитии издательской деятельности;
- формирование умений и навыков проектирования рекламных объектов для создания имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина является факультативной(ым)

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.15 Стилистика русского языка и культура речи, Б1.Д.Б.21 Компьютерные технологии в издательском деле, Б1.Д.В.4 Шрифт*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-9 Способен ориентироваться в современных рекламных и имиджевых технологиях, понимать базовые принципы проектирования рекламных объектов издательской продукции	ПК*-9-В-1 Осознает сущность, принципы, механизмы, технологии формирования и функционирования рекламных и имиджевых технологий в развитии издательской деятельности ПК*-9-В-2 Использует в процессе практической деятельности принципы проектирования рекламных объектов, рекламные технологии и механизмы формирования имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции	<u>Знать:</u> основные особенности формирования и функционирования современных рекламных и имиджевых технологий в развитии издательской деятельности <u>Уметь:</u> проектировать рекламные объекты для формирования имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции <u>Владеть:</u> навыками проектирования рекламных объектов для формирования имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	48,25	48,25
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	32	32
Промежуточная аттестация (зачет)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, подготовка к зачёту)	95,75	95,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Современные рекламные и имиджевые технологии в развитии издательской деятельности	72	8	16		48
2	Стилистика рекламных объектов в издательской деятельности	72	8	16		48
	Итого:	144	16	32		96
	Всего:	144	16	32		96

4.2 Содержание разделов дисциплины

1 раздел Современные рекламные и имиджевые технологии в развитии издательской деятельности

Понятия современных рекламных и имиджевых технологий в развитии издательской деятельности, основные особенности их формирования и функционирования. Понятие рекламного объекта для формирования имиджевой политики в базовых объектах издательской продукции.

Понятие и структура фирменного стиля в издательской деятельности, визуально-графические средства его создания, особенности проектирования. Основные константы фирменного стиля издательской организации и издательской продукции. ИТЗ, часть 1.

2 раздел Стилистика рекламных объектов в издательской деятельности

Виды рекламных объектов в издательской деятельности. Носители фирменного стиля в издательской деятельности: элементы деловой документации издательской организации, рекламно-презентационные элементы издательской продукции. ИТЗ, часть 2.

4.3 Практические занятия

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1-7	1	Проектирование основных констант фирменного стиля издательской организации и издательской продукции, таких как: фирменный знак, экслибрис, фирменная цветовая гамма, фирменные графические элементы, подбор фирменного шрифта, пропорционально-модульная система (к ИТЗ части 1).	14
8-14	2	Проектирование носителей фирменного стиля в издательской деятельности: элементов деловой документации, рекламно-презентационных элементов издательской продукции (к ИТЗ части 2).	14
15-16	2	Создание концепции обложки и страниц альбома А3 для оформления разработанных материалов (к ИТЗ части 2).	4
		Итого:	32

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Вильберг, Г. П. Азбука книжного дизайна = ErsteHilfeinTypografie [Текст] / Г. П. Вильберг, Ф. Форсман. - СПб. : Изд-во СПбГПУ, 2003. - 110 с. : ил. - (Культура издательского дела). - Парал. тит. л. англ. - ISBN 5-7422-0299-7. дф-19.

2. Ерошкин, В. Ф. Промышленная графика [Текст]: учеб. пособие для вузов / В. Ф. Ерошкин. - Омск: [Б. и.], 2007. - 264 с. - Библиогр.: с. 261-262. дф – 50 экз.

3. Ткаченко Н. В. , Ткаченко О. Н. Креативная реклама : технологии проектирования: учебное пособие/ Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко. - М.: Юнити-Дана, 2015. – 336 с.: ISBN: 978-5-238-01568-2. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422&sr=1

5.2 Дополнительная литература

1. Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций/ А.Д. Бутакова. - М.: Лаборатория книги, 2012. – 101 с.: ISBN: 978-5-504-00854-7 [Электронный ресурс].

https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142857&sr=1

2. Годин А.М. Брендинг: учебное пособие/ А.М, Годин. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 184 с.: ISBN: 978-5-394-02629-4.

https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453899&sr=1

3. Мазурина, Т. А. Бионическое формообразование в графическом дизайне [Текст]: учеб. пособие / Т. А. Мазурина; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Гос. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2009. - 134 с.: ил. - Библиогр.: с. 27-28. - Прил.: с. 29-133. - ISBN 978-5-7410-0898-0. дф – 24 экз.

4. Формальная композиция [Текст]: творческий практикум по основам дизайна: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки "Дизайн" (профиль "Графический дизайн") / Е. В. Жердев [и др.]; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - 2-е изд. - Оренбург : Университет, 2014. - 255 с.: ил., цв. ил. - Библиогр.: с. 251-255 и в конце ч. - Прил. в конце ч. - ISBN 978-5-4417-0442-7. дф – 9 экз.

5. Герчук, Ю. Я. История графики и искусства книги [Текст] : учеб. пособие для вузов / Ю. Я. Герчук. - М. : Аспект Пресс, 2000. - 320 с. - ISBN 5-7567-0243-1. мф - 2 экз. гф - 3 экз.

6. Водчиц, С. С. Эстетика пропорций в дизайне. Система книжных пропорций [Текст] : учеб. пособие для вузов / С. С. Водчиц. - М. : Техносфера, 2005. - 416 с. - (Мир дизайна). - Библиогр.: с. 411. - ISBN 5-94836-056-3. дф-3 экз.

7. Искусство цвета [текст] / И. Иттен.- 2-е изд. - М. : [Б. И.], 2001. - 96 с. : ил. - ISBN 5-94056-003-2. дф-35 экз.

8. Желондиевская, Л. В. Эмоции графики [Текст]: изобраз. и выраз. возможности граф. техник: учеб. пособие для студентов вузов / Л. В. Желондиевская, Е. С. Чуканова. - М.: Квадрига, 2009. - 96 с.: ил. - Библиогр.: с. 95. - ISBN 978-5-91791-019-2. дф – 5 экз.

9. Королькова, А. Живая типографика [Текст] / А. Королькова. - М.: Index Market, 2007, 2008. - 224 с. - Библиогр.: с. 206-207. - Указ.имен: с. 214-215. - Алф. указ.: с. 216-219. - ISBN 978-9901107-1-7. дф-10 экз.

10. Иванова, Т. М. Компьютерная обработка информации. Допечатная подготовка [Комплект] : учеб. пособие / Т. М. Иванова. - СПб. : Питер, 2004. - 367 с. : ил. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - (Учебное пособие). - Библиогр.: с. 342-343. - Глоссарий: с. 344. - Алф. указ.: с. 364-366. - ISBN 5-469-00116-4. ентл - 12 экз.

5.3 Периодические издания

1. Как: журнал. - М.: Агентство "Роспечать", 2004. - N 1-4; 2005. - N 1-4; 2006. - N 1-4; 2007. - N 1-4; 2008. - N 1-4; 2009. - N 1-4; 2010. - N 1-3; 2012. - N 1 (61); 2013. - N 1.

2. ОРИГАМИ. Искусство складывания из бумаги: журнал. - М.: АПР, 1999. - N 1-2,4-5; 2000. - N 1,3,5; 2001. - N 1-2; 2002. - N 1.

3. Про 100 дизайн: журнал. - М.: АПР, 2003. - N 5; 2007. - N 1-4; 2008. - N 1-4; 2009. - N 1.

4. Ди - Диалог искусств : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2010. - N 1-2,4-5; 2013. - N 1-3; 2014. - N 1-5; 2015. - N 1-4; 2016. - N 1-6; 2017. - N 1-6.

5.4 Интернет-ресурсы

<http://www.goldbloh.ru>

<https://www.logolounge.com>

<http://kak.ru/>

http://vestnik.osu.ru/2014_5/12.pdf

<http://www.bugaga.ru/interesting/1146734910-kreativnyy-dizayn-upakovok.html>

<http://www.printmag.com>

<http://www.dafont.com/>

Ресурсы по верстке, полиграфии и шрифтам:

Российская государственная библиотека: электронная библиотека / Доступ к ресурсу: <http://elibrary.rsl.ru/>

Phil's Fonts. Режим доступа: www.philfonts.com

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Операционная система Microsoft Windows;

- пакет программного обеспечения для работы с графической информацией: CorelDRAWGraphicsSuite X3, CorelDRAWGraphicsSuite X4;

- пакет инструментальных средств для разработки издательских проектов и подготовки к печати полиграфической продукции Adobe Creative Suite 3 Design Standard Russian version Win включающий: Adobe Photoshop CS3, Adobe Illustrator CS3, Adobe InDesign CS3, Adobe Acrobat 8 Professional;

- пакет инструментальных средств для разработки издательских проектов и подготовки к печати полиграфической продукции Adobe Creative Suite 4 Design Premium 4.0 WIN включающий: Adobe InDesign CS4, Adobe Photoshop CS4 Extended, Adobe Illustrator CS4, Adobe Flash CS4 Professional, Adobe Fireworks CS4, Adobe Acrobat 9 Pro.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели (1 стол на 1 студента), доской, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.