

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.22 Компьютерный дизайн рекламы»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2016

1114592

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 4 от "31" 01 2016г.

Заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Ю.В.Кудашова

Исполнители:

Ст. преподаватель

должность

подпись

расшифровка подписи

О.С. Кудрявцева

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Ю.В.Кудашова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

расшифровка подписи

Н.Н. Грицай

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

Т.В. Сапух

№ регистрации

© Кудрявцева О.С., 2016
© ОГУ, 2016

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Освоить правила компьютерного дизайна рекламных продуктов.

Задачи:

Познакомиться с программами компьютерной графики, познакомиться с правилами дизайна и композиции рекламных материалов, познакомиться с интерфейсом компьютерных графических редакторов «Corel Draw» и «Adobe Photoshop».

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.12 Компьютерные технологии и информатика, Б.1.В.ОД.1 Теория и практика рекламы*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.Б.24 Технологии рекламы и связей с общественностью*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<u>Знать: перечень компьютерных графических программ, необходимых для работы в отделах рекламы и СО</u> ... <u>Уметь: анализировать программы с точки зрения их преимуществ в разных аспектах рекламной деятельности, отличать векторные программы от растровых</u> ... <u>Владеть: скачивать в сети интернет и приобретать лицензионные графические программы</u> ...	ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
<u>Знать: правила создания текстов для разных рекламных макетов – от визитки до брендмауэра</u> ... <u>Уметь: самостоятельно составлять рекламные тексты для макетов</u> ... <u>Владеть: навыком редактирования рекламных текстов и СО текстов</u> ...	ОПК-3 обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
<u>Знать: понятия и правила дизайна и композиции рекламных материалов</u> ... <u>Уметь: создавать эскиз рекламного макета</u> ...	ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
<u>Владеть: правилами акцентирования элементов в дизайне</u> ...	
<u>Знать: правила работы в компьютерных программах</u> ...	ПК-16 способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
<u>Уметь: Составлять композицию рекламного макета (визитки, листовки, плаката) в компьютерной программе «Corel Draw»</u> ...	
<u>Владеть: навыком обработки иллюстраций в программе «Adobe Photoshop»</u> ...	

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	8 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	12,5	12,5
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - выполнение контрольной работы (КонтрР); - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - выполнение расчетно-графического задания (РГЗ); - написание реферата (Р); - написание эссе (Э); - самостоятельное изучение разделов (перечислить); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к коллоквиумам; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	131,5 +	131,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	диф. зач.	

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Компьютерная графика: принципы работы векторной и растровой. Обзор программ		1	-		33
2	Правила создания текста в рекламном макете		1	2		33
3	Правила дизайна и композиции.		1	-		33
4	Интерфейс компьютерных программ «Corel		1	6		33

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Draw», «Adobe Photoshop»					
	Итого:	144	4	8		132
	Всего:	144	4	8		132

4.2 Содержание разделов дисциплины

№ 1. Компьютерная графика: принципы работы векторной и растровой. Обзор программ Содержание раздела: Обзор компьютерных программ-графических редакторов. Растровый принцип графического редактирования. растровые программы, их плюсы и минусы. Векторный принцип графического редактирования. Векторные программы, их плюсы и минусы. Форматы сохранения и передачи графической информации, используемые в рекламной индустрии.

№ 2. Правила создания текста в рекламном макете. Правила создания рекламных и СО текстов (визитка, макетная и текстовая листовка, плакат, флайер, буклет, брошюра, билборд). Необходимые элементы текста.

№ 3. Правила дизайна и композиции. Основы дизайна и композиции в рекламе. Основные принципы дизайна. Шрифтография. Цвет и свет. Контрастность. правила акцентирования.

№ 4. Интерфейс компьютерных программ «Corel Draw», «Adobe Photoshop»

Панель управления «Corel Draw», строка состояния, палитры цветов, докеры, управление страницами. импорт-экспорт объектов. виды привязок, инструменты векторного рисования. Панель управления «Adobe Photoshop» инструменты ретуширования, работа со слоями, инструменты рисования.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	2,3	Правила создания текста в рекламном макете Правила дизайна и композиции. Разрабатываем текст эскиз макета листовки и брошюры.	2
2	4	Интерфейс компьютерных программ «Corel Draw», «Adobe Photoshop» Создаем макет листовки с фотографией, обработанной в фотошопе	6
		Итого:	8

4.4 Контрольная работа (8 семестр)

Примеры тем контрольный работ:

1. Принципы компьютерной графики.
2. Виды графики: растровая графика; векторная графика; 3D-графика.
3. Программные средства компьютерной графики: растровые редакторы (Adobe Photoshop), векторные редакторы (Adobe Illustrator, CorelDraw и др.).
4. 3D-редакторы, анимация, программы верстки, программы для ввода/вывода графической информации, программы для создания электронных изданий (сетевых и локальных), программы-конструкторы шрифтов, конверторы для различных графических форматов.
5. Основы фотошоп.
6. Определение цвета. Особенности восприятия цвета.

7. Цветовые модели: RGB, CMY(K), CIE Lab, HSB, другие.
8. Характеристики цвета: глубина, динамический диапазон, гамма цветов устройств, цветовой охват.
9. Управление цветом, его составляющие. Профили.
10. Основы управления цветом в Adobe Photoshop работа с цветовыми профилями. фотошоп. натюрморт.
11. Принципы сжатия изображений.
12. Форматы графических файлов, используемые для WEB (GIF, PNG).
13. Форматы графических файлов, используемые для полноцветных изображений (в полиграфии) (TIFF, Scitex CT, PCX, Photo CD).
14. Универсальные графические форматы, их особенности и характеристики (BMP, JPEG, IFF и т.д.).
15. Язык PostScript, форматы PS, PDF, EPS.
16. Универсальные векторные графические форматы (CGM, WMF, PGML).
17. Цифровая живопись. основы.
18. Устройства ввода графической информации: сканеры, цифровые фотоаппараты, камеры.
19. Типы сканеров. Принцип работы, технические характеристики планшетного сканера.
20. Устройства вывода графической информации (на экран): ЭЛТ; ЖК; плазменные панели.
21. Подготовка изображений для печати.
22. Этапы допечатной подготовки изображений.
23. Виды печати. Виды печатных устройств, принцип работы.
24. Лазерная печать.
25. Растривание, методы растривания.
26. Импорт изображений.
27. Текст рекламной листовки.
28. Текст рекламного плаката.
29. Принципы дизайна.
30. Правила композиции в рекламном материале.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

(В личном кабинете преподавателя, в разделе «Начало» размещены «Рекомендации к оформлению раздела 5 рабочих программ учебных дисциплин»)

5.1 Основная литература

1. Ягодкина, М. В. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учебно-методическое пособие для высших учебных заведений, ведущих подготовку по направлению 050100 "Педагогическое образование" / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 304 с. : ил. - (Учебное пособие. Стандарт третьего поколения). - Библиогр.: с. 294-300. - ISBN 978-5-496-00398-8. 32 экз

5.2 Дополнительная литература

1. Гордон, Б. Графический дизайн. Мастер-класс [Текст] / Б. Гордон, М. Гордон. - Москва : РИП-холдинг, 2012. - 256 с.: цв. ил. - Справ.: с. 224-241. - Глоссарий: с. 242-255. - ISBN 978-5-903190-51-5.

2. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/429223>

3. Графический дизайн рекламы. Плакат / Веселова Ю.В., Семенов О.Г. - Новосиби.:НГТУ, 2012. - 104 с.: ISBN 978-5-7782-2192-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/556602>

4. Реклама: Учебное пособие / Е.А. Замедлина. - 2-е изд. - М.: ИД РИОР: ИНФРА-М, 2012. - 118 с.: 70x100 1/32. - (Карманное учебное пособие). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00921-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/304918>

5.3 Периодические издания

Практика рекламы: журнал. - М.: Агентство "Роспечать", 2015.

Новости рекламы: журнал. - Москва: Агентство "Роспечать", 2015.

Реклама. Теория и практика: журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", 2015.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Сводная медиатека по журналистике и рекламе - <https://vk.com/bibliosmi>

2. EVARTIST – электронная библиотека, посвященная журналистике, рекламе и PR - <http://www.evartist.narod.ru>

3.Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам - <http://www.jourclab.ru>

4.Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>

5.Электронная библиотека нехудожественной литературы по русской и мировой истории, искусству, культуре, прикладным наукам. Книги, периодика, графика, справочная литература для учащихся высших учебных заведений и аспирантов. - <http://www.bibliotekar.ru>

Открытые онлайн-курсы, рекомендуемые студентам для самостоятельной работы, размещенные на платформах онлайн-обучения:

<https://www.coursera.org/learn/rastrovaya-grafika-adobe-photoshop> - «Coursera», Растровая графика Adobe Photoshop.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

Программные средства обучения:

1. Графический редактор Adobe Photoshop Elements 13

2. Пакет программного обеспечения для работы с графической информацией CorelDRAW Graphics Suite X7

Дополнительные программные средства обучения: Пакет инструментальных средств для разработки издательских проектов и подготовки к печати полиграфической продукции Adobe Creative Suite 3 Design Standard Russian version Win
включает: Adobe Photoshop CS3; Adobe Illustrator

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

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

К рабочей программе прилагаются:

- Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине;
- Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.