

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

Очная

Год набора 2017

1107024

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры

протокол № 4 от "31" 01 2018 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра связей с общественностью и журналистики
наименование кафедры

подпись

Ю.В.Кудашова
расшифровка подписи

Исполнители:

Ст. преподаватель

должность

подпись

О.С. Кудрявцева
расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись

Ю.В.Кудашова
расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

Н.Н. Грицай
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

Т.В. Сапук
расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Кудрявцева О.С., 2017
© ОГУ, 2017

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», научиться основам дизайна и макетирования визитки, листовки, билборда.

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> ... <u>Владеть: правилами акцентирования элементов в дизайне</u> ...	ПК-14 способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
<u>Знать: правила работы в компьютерных программах</u> ...	ПК-16 способностью под контролем осуществлять

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Уметь: Составлять композицию рекламного макета (визитки, листовки, плаката) в компьютерной программе «Corel Draw» ... Владеть: навыком обработки иллюстраций в программе «Adobe Photoshop» ...	подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

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

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	5 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	52,25	52,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - выполнение расчетно-графического задания (РТЗ); - написание реферата (Р); - написание эссе (Э); - самостоятельное изучение разделов (3Д дизайн); - 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.)	91,75 +	91,75
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		4	6		22
2	Правила создания текста в рекламном макете		4	6		22
3	Правила дизайна и композиции.		6	6		22
4	Интерфейс компьютерных программ «Corel Draw», «Adobe Photoshop»		4	16		26
	Итого:	144	18	34		92

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Всего:	144	18	34		92

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. устройства ввода и вывода информации.*

№ 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	1	Компьютерная графика: принципы работы растровой графики. Знакомство с фотошопом. Доклады по растровым программам	2
2	1	Компьютерная графика: принципы работы векторной графики. Знакомство с корелом. Доклады по векторным и 3 Д программам.	2
3	1	Итоговый семинар по теме.	2
4	2	Правила создания текста в рекламном макете визитки и листовки. Создание текста визитки и листовки/ флаера компании	2
5	2	Правила создания текста в рекламном макете буклета. Создание текста буклета.	2
6	2	Правила создания текста в рекламном макете билборда. Создание текста билборда компании. Итоговый семинар.	2
7	3	Основы дизайна и композиции в рекламе. Доклады о принципах дизайна и композиции разных ученых.	2
8	3	Основные принципы дизайна Робина Вильмса: контраст, повтор, выравнивание, приближенность. Закрепление принципов на создании ручного эскиза визитки/листовки.	2
9	3	Шрифтография. Цвет и свет. Доклады по психологии шрифта, цвета, правилам использования света в композиции. Итоговый семинар.	2
10	4	Изучаем интерфейс компьютерной программы «Adobe	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		Photoshop» - вырезаем фотографию для билборда. Создаем коллаж. Правила сохранения документов.	
11	4	Принципы обработки фотографии. Ретушовка, эффекты.	2
12	4	Изучаем интерфейс компьютерной программы «Corel Draw»	2
13	4	Создаем макет билборда. Работаем со слоями. Вставляем фотографию. Сохраняем документ.	2
14	4	Работаем с текстом и шрифтами в билборде.	2
15	4	Создаем рекламный акцент. Используем принципы дизайна.	2
16	4	Создаем визитку и листовку по правилам рекламного дизайна.	2
17	4	Итоговый семинар.	2
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

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. - Новосиб.: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".

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

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

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.