Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет имени В.А. Бондаренко»

Кафедра дизайна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.1 Дизайн и рекламные технологии»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
54.03.01 Дизайн
(код и наименование направления подготовки)

Графический дизайн
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2026

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.1 Дизайн и рекламные технологии*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра дизайна
наименование кафедры

протокол № 8 от "19" марта 2026 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра дизайна — подпись — О.П. Тарасова
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Старший преподаватель — подпись — В.В. Цой
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
54.03.01 Дизайн — О.П. Тарасова
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
личная подпись С.А. Биктимирова
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Т.В. Сапух
расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Цой В.В., 2026
© ОГУ, 2026

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Изучение истории и развития рекламы, освоение теоретических концепций западной и отечественной рекламы как отдельной отрасли деятельности человека для создания эффективного дизайна рекламной продукции.

Задачи:

- познакомить с принципами разработки элементов рекламы, о содержании и структуре рекламного обращения;
- познакомить с методиками поиска идей для креативных рекламных концепций;
- сформировать представление об основных технологических и производственных процессах в рекламе, полиграфическом воспроизведении и дизайне;
- овладение навыками исследовательской работы и проектного мышления для создания актуального дизайн-проекта.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.19 Теория и методология дизайна, Б1.Д.Б.20 Технический рисунок, Б1.Д.Б.21 Фотография, фотографика, Б1.Д.Б.22 Цветоведение, Б1.Д.Б.31 Мультимедийные технологии, Б1.Д.В.3 Компьютерные технологии в графическом дизайне, Б1.Д.В.7 Проектная графика в графическом дизайне, Б1.Д.В.10 Шрифт*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.6 Проектирование в графическом дизайне*

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*-4 Способен разрабатывать концепции и дизайн-проекты графических объектов от идеи до реализации с применением рекламных технологий и учетом эргономических параметров	ПК*-4-В-1 Знает этапы разработки объектов графического дизайна от поиска концептуальной идеи до итогового проектного решения и подготовки его к реализации с применением рекламных технологий и с учетом эргономических параметров ПК*-4-В-2 Умеет формулировать цели и задачи дизайн-проекта, проводить поиск аналогов и творческих источников; синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к их реализации; осуществлять анализ проектной ситуации, разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе с применением рекламных технологий	**Знать:** Методы и этапы разработки объектов графического дизайна, методы сопоставления принципов, идей и результатов отечественных и зарубежных исследований при создании эффективного дизайна сопроводительной продукции. **Уметь:** Умеет формулировать цели и задачи дизайн-проекта, осуществлять анализ проектной ситуации; синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта; научно обосновать свои предложения;

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
	и с учетом эргономических параметров ПК*-4-В-3 Владеет инструментами проведения предпроектных исследований к поставленному проектному заданию; навыками проектирования графических объектов от создания концепта до подготовки дизайн-проекта к его реализации с учетом рекламных технологий и с учетом эргономических параметров	разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению рекламной задачи. **Владеть:** Навыками исследовательской работы и проектного мышления для создания актуального дизайн-проекта с учетом рекламных технологий и эргономических параметров.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**108**	**108**
Контактная работа:	**52,25**	**52,25**
Лекции (Л)	18	18
Лабораторные работы (ЛР)	34	34
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к лабораторным занятиям;* *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения;* *- подготовка к рубежному контролю.*	**55,75**	**55,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**диф. зач.**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	История рекламы.	15	2		4	9
2	Реклама.	17	2		6	9
3	Методология и средства дизайн проектирования рекламных изделий.	17	2		6	9
4	Технология производственных процессов в рекламе и полиграфии.	19	4		6	9

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
5	Виды рекламной и сувенирной продукции.	19	4		6	9
6	Мультимедийные технологии	21	4		6	11
	Итого:	108	18		34	56
	Всего:	108	18		34	56

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел №1 История рекламы.

Рекламная графика в России. История рекламы. Технологии изготовления объектов наружной рекламы в России 19 в. Виды современного проектного дизайн-творчества: индустриальный дизайн, графический дизайн, дизайн архитектурной среды.

Раздел №2 Реклама.

Место в рекламе аналитического аспекта деятельности субъекта. Аналитические модели и выбор целевых групп воздействия на позиционирование товара. Принципы разработки элементов рекламы. Содержание и структурные элементы рекламы в СМИ. Особенности современного рекламного рынка России.

Раздел №3 Методология и средства дизайн проектирования рекламных изделий.

Воспроизводство предметной среды и дизайн-проектирование.

Раздел №4 Технология производственных процессов в рекламе и полиграфии.

Рекламная и сувенирная продукция. История происхождения сувенира. Наружная реклама материалы и производство. Основные направления производства и монтажа носителей рекламы. Технологии нанесения изображения. Технологии печати и полиграфическое воспроизведение в дизайне (офсет, цифровая печать широкоформатная печать).

Раздел №5 Виды рекламной продукции. *Понятие и виды рекламной продукции. Назначение наружной рекламы и виды носителей наружной рекламы.*

Раздел №6 Мультимедийные технологии. *Понятие «Мультимедийные технологии» Модульная сетка как система организации объектов в медиа пространстве. Основные аспекты правильного примененные сетки, которые помогают концентрировать внимание читателя, повышают качество восприятия текста и улучшают взаимодействие с материалом. 4 основных вида сеток, в примерах.*

4.3 Лабораторные работы

№ ЛР	№ раздела	Наименование лабораторных работ	Кол-во часов
1	1	Исторические факторы, влияющие на определение дизайн концепции проекта.	2
2	1	Основные этапы развития рекламной графики в России	2
3	2	Позиционирование товара.	2
4,5	2	Выбор целевых групп воздействия.	4
6,7,8	3	Ассоциативно-образный метод проектирования	6
9,10,11	4	Разработать структуру рекламной концепции для фирмы (по выбору).	6
12,13,14	5	Составить перечень желаемых свойств (задание на проектирование)	6
15,16	5	Охарактеризовать деятельности и целевую аудиторию продукции фирмы, выбранной ранее. Исходя из этого предложить виды рекламы.	4
17	6	Охарактеризовать мультимедийный продукт.	2
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Станишевская, Л. С. Визуальные коммуникации в дизайне : учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская. — Благовещенск : АмГУ, 2017. — 60 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/156504 (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Ковалева, Л. А. Конструирование объектов визуальной коммуникации : учебное пособие / Л. А. Ковалева, Е. А. Гаврилюк. — Благовещенск : АмГУ, 2017. — 148 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/156499 (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Методология дизайн-проектирования : учебно-методическое пособие / составители И. П. Кириенко, Е. Ю. Быкадорова. — Сочи : СГУ, 2018. — 116 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/147674 (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5.2 Дополнительная литература

1. Гендерные основы PR и рекламы : учебное пособие / составитель Т. Н. Мартынова. — Кемерово : КемГУ, 2016. — 142 с. — ISBN 978-5-8353-2060-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/141557 (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Астафьева-Румянцева, И. Е. История рекламы : учебное пособие / И. Е. Астафьева-Румянцева. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 51 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/279443 (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Васильев, Г. А. Основы рекламы [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 032401 - Реклама / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 407 с. - Библиогр.: с. 403-404. - ISBN 978-5-9558-0078-3. - ISBN 978-5-16-004228-2. (гф - 7 экз).

4. Баркович, А. А. Реклама в Интернете : учебное пособие для вузов / А. А. Баркович. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 212 с. — ISBN 978-5-507-49401-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/421451 (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Терентьева, А. В. Социальная реклама в молодёжной среде : учебное пособие / А. В. Терентьева. — Чита : ЗабГУ, 2021. — 140 с. — ISBN 978-5-9293-2903-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/271814 (дата обращения: 09.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Текст] : самоучитель / В. Д. Курушин. - М. : [Б. и.], 2001. - 272 с. : ил. - (Самоучитель). - Предм. указ.: с. 267-270. - ISBN 5-94074-087-1. (гф - 15 экз).

5.3 Интернет-ресурсы

1. www.signbusiness.ru – портал технологий производства визуальной рекламы.
2. http://www.signbusiness.ru/video/ - видео по разделам: рекламные выставки, оборудование для рекламы, материалы для рекламы, рекламный практикум, рекламные технологии.
3. https://www.coursera.org/learn/uva-darden-getting-started-agile-ru - Курс Agile и дизайн-мышление.
4. https://www.coursera.org/learn/infographic-design - Курс. Design and Make Infographics (Project-Centered Course)

5.4 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система РЕД ОС
2. Пакет офисных приложений LibreOffice
3. Программная система для организации видео-конференц-связи платформа «DION» (Конфигурация «DION EDU»

4. Для работы с ресурсами Интернет используется веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/
5. Пакет программного обеспечения для работы с графической информацией CorelDRAW Graphics Suite X7
6. Пакет инструментальных средств для проектирования, разработки и сопровождения веб-сайтов, интерактивных проектов и др. Adobe Creative Suite 4 Design Premium 4.0 WIN включает: Adobe InDesign CS4; Adobe Photoshop CS4 Extended; Adobe Illustrator CS4; Adobe Flash CS4 Professional; Adobe Fireworks CS4; Adobe Acrobat 9 Pro.
7. Дизайн и рекламные технологии [Электронный ресурс] : электронный курс в системе Moodle / В.В. Цой, Оренб. гос. ун-т. – Электрон. дан. – Оренбург : ОГУ, [2022].– Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. – https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=10078.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования, 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, мультимедиа проектором, проекционным экраном

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.