

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Сергиево-Посадский институт игрушки – филиал  
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования  
«Высшая школа народных искусств (академия)»  
Кафедра профессиональных дисциплин

РЕКОМЕНДОВАНО

кафедрой

протокол № 8

от 19.04. 2023 г.

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ Д.Н. Баранова

УТВЕРЖДАЮ

Директор СПИИ ВШНИ

\_\_\_\_\_ О.В. Озерова

27.04. 2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ФТД. 01 Рекламные технологии в области игрушки**

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: художественное проектирование игрушки

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Курс: 3

Семестр: 6

Форма контроля: зачет

Автор: доцент кафедры профессиональных дисциплин СПИИ ВШНИ, член  
ТСХ России Чикилевская Е.В.

Сергиев Посад

2023 г.

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

2.2. Тематический план дисциплины

2.3. Содержание дисциплины

## **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

3.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

3.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины

## **4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

## **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Рабочая программа дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13 августа 2020 г. № 1015.

Дисциплина ФТД.01 Рекламные технологии в области игрушки относится к факультативным дисциплинам, изучается на 3 курсе.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: Б1.О.29 «Информационные технологии в области дизайна»

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной: Б1.В.ДВ. 01.01 Компьютерные технологии в дизайне игрушки, Б1.В.02 Проектирование образной игрушки, Б3.01 Государственная итоговая аттестация

Дисциплина ФТД.01 Рекламные технологии в области игрушки обеспечивает формирование следующих компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)
<b>Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</b>		
Информационно коммуникационные технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИДК.Б.ОПК-6.1. Использует информационные технологии в профессиональной деятельности

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью дисциплины является:

формирование у обучающихся знаний законов построения дизайна в рекламе на основе примеров из реальной жизни, подготовить дизайнеров к работе и взаимодействию с другими рекламными профессиями; формирование у обучающихся компетенций в области коммуникативного дизайна для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна в области игрушки

Задачи:

в проектной деятельности дизайнера:

- овладеть навыками создания профессионально-ориентированных компьютерных моделей, плакатов.

-изучение основ теории рекламных технологий в области игрушки;

- применение правил и законов дизайна на практике при создании эффективной рекламы;

- развитие образного мышления

- воспитание эстетической культуры и развитие художественных и творческих способностей студентов.

– дать обучающимся общее представление об инструментарии для медиа-планирования: анализа рыночной ситуации, технологии выбора рекламных носителей;

– ознакомить обучающихся с новыми методами, новым опытом и новыми эффективными решениями в сфере рекламных технологий;

– освоить методы и принципы проектирования средств графической информации и визуальной коммуникации, посредством анализа исходных данных, моделирования

функциональных ситуаций, учета факторов, влияющих на пользователя графического объекта.

В рамках программы дисциплины обучающимися осваиваются знания, умения и владения:

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
ОПК-6	ИДК.Б.ОПК-6.1. Использует информационные технологии в профессиональной деятельности	<p>– общее устройство персонального компьютера, назначение основных компонентов и периферийных устройств;</p> <p>– основные инструменты поиска информации в электронной телекоммуникационной сети Интернет;</p> <p>– программы по записи CD и DVD;</p> <p>– нормы законодательства в области защиты информации, а также методы обеспечения информационной безопасности.</p> <p>-возможности рекламных технологий</p>	<p>–подключать необходимое периферийное оборудование к компьютеру;</p> <p>–эффективно находить необходимую информацию для профессиональных целей и свободно ориентироваться в электронной телекоммуникационной сети Интернет;</p> <p>–создавать собственные проекты с использованием компьютерного программного обеспечения;</p> <p>– применять нормы законодательства в области защиты и обеспечения информационной безопасности.</p>	<p>– навыками работы с основными базами данных в электронной телекоммуникационной сети Интернет;</p> <p>–совокупными знаниями в области информационных технологий для профессиональной и педагогической деятельности;</p> <p>–методами правовой защиты информации.</p> <p>-опытом анализа различных форм и средств рекламы для конкретной рекламной кампании в контексте современной культуры</p>

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость							
	всего		в семестре (ах), часов					
	зач. ед.	часов	1	2	...	6		
<b>Объем образовательной программы дисциплины, всего:</b>	<b>2</b>	<b>72</b>					<b>72</b>	
в том числе:								
<b>Аудиторные занятия (контактная работа обучающихся с преподавателем), всего:</b>		<b>14</b>					<b>14</b>	
в том числе:								
аудиторные лекции, лекции в формате онлайн								
практические занятия (ПЗ), семинары (С) аудиторные, семинары в формате онлайн		14					14	
<b>Самостоятельная работа (СР), всего:</b>		<b>58</b>					<b>58</b>	
<b>Форма промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен):</b>	Зачет						зачет	

## 2.2. Тематический план дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	Всего часов по плану	в том числе по видам учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа			
			Всего	из них					
				лекции	семинарские (практические занятия)				
Введение	6	3	1	2		2	О, Д, ДЗ		
Тема 1. Работа с целевой аудиторией.		9	1		1	8	О, Д, ДЗ		
Тема 2. Рекламное обращение.		10	2		2	8	О, Д, ДЗ		
Тема 3. Художественное оформление рекламного продукта.		9	1		1	8	О, Д, ДЗ		
Тема 4. Правило 3-х секунд и 4-х элементов. Правила вёрстки.		5	1		1	4	О, Д, ДЗ		
Тема 5. Реклама в периодических изданиях		5	1		1	4	О, Д, ДЗ		
Тема 6. Особенности наружной рекламы.		5	1		1	4	О, Д, ДЗ		
Тема 7. Интерьерная реклама		5	1		1	4	О, Д, ДЗ		
Тема 8. Полиграфическая рекламная продукция		5	1		1	4	О, Д, ДЗ		
Тема 9. Оформление выставок и презентаций.		5	1		1	4	О, Д, ДЗ		
Тема 10. Реклама в интернет.		5	1		1	4	О, Д, ДЗ		
Тема 11. Планирование рекламной компании		5	1		1	4	О, Д, ДЗ, З		
<b>Итого часов</b>		72	14	2	12	58			

### 2.3. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
Введение	<b>Содержание учебного материала занятий лекционного типа</b>	<b>2</b>	6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Определение целей и задач курса. Понятийно-терминологический аппарат. Классификация рекламы: функции, цели, виды и задачи			
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>2</b>		
	Особенности и проблемы современного дизайнерского мастерства. Социо-культурные предпосылки дизайнерских направлений. Связь менталитета и стилевого содержания эпохи.			
Тема 1. Работа с целевой аудиторией.	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>		6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Реципиент рекламного обращения. Психологическое воздействие рекламы. Креатив в рекламе. Мозговой штурм. Психологические типы. DISK. Стереотипы. Идентифицируемый образ в рекламе. Концепция К. Поппера. Феномен социальной инженерии. Эмбиент реклама.			
	<b>Практическое занятие</b> Разработать художественный образ на базе одного из исторических стилей. Создать композиции из 3-х, 4-х, 6-ти элементов. Создать абстрактную композицию на заданную тему.	2		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>8</b>		
	Психологические особенности и тип личности заказчика. Выявление представителя целевой группы. Изучение принципов работы с целевой аудиторией.			
Тема 2. Рекламное обращение.	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>		6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Рекламный текст: цели, задачи и правила создания. Процесс			

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
	разработки бренда.			
	<b>Практическое занятие</b> Написать рекламную историю	2		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	8		
	Изучение принципов создания рекламной истории по системе «любопытство-сопереживание-идентификация». Изучение научно-теоретического метода Ю. Лотмана. Изучение национальной мифологии и роли фольклора в создании рекламной истории. Изучение работ В. Проппа.			
Тема 3. Художественное оформление рекламного продукта.	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>		6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Эскизирование. Композиционная структура рекламного продукта. Золотое сечение. Работа с модульной сеткой. Цвет и цветовые гармонии в рекламе. Стилистика и семиотика рекламы. Воспроизведение цветных изображений на разных носителях.			
	<b>Практическое занятие</b> Выполнить эскиз логотипа. Создать вариативный ряд	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	8		
	Изучение техник; выполнения эскизов Этапы разработки эскиза; Доработка выбранных вариантов			
Тема 4. Правило 3-х секунд и 4-х элементов. Правила вёрстки.	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>		6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Изучение закономерностей вёрстки для разных носителей и масштабов			
	<b>Практическое занятие</b> Разработать растяжку, листовку а3, а4. Сравнить, выявить разные принципы работы с разными форматами	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		
	Изучение закономерностей вёрстки для разных носителей и			

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
	масштабов			
Тема 5. Реклама в периодических изданиях	Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)		6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Изучение модульной системы вёрстки. Модуль как основа построения классической антиквы. Простейшие модульные сетки в рукописной и первопечатной книге. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга. Основные принципы построения модульных сеток.			
	<b>Практическое занятие</b> Разработать дизайн книги и внутреннего блока	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		
	Изучение модульной системы вёрстки. Модуль как основа построения классической антиквы. Простейшие модульные сетки в рукописной и первопечатной книге. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга. Основные принципы построения модульных сеток.			
Тема 6. Особенности наружной рекламы.	Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)		6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Изучение цикла создания наружной рекламы; классификация конструкций и материалов; особенности восприятия наружной рекламы; особенности дизайна наружной рекламы; изучение приемов создания эффективной наружной рекламы; изучение требований и критериев оценки наружной рекламы			
	<b>Практическое занятие</b> Разработать эскиз входной группы и создать файл для разработки конструкции. Разработать эскиз световой рекламы.	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
	Изучение цикла создания наружной рекламы; классификация конструкций и материалов; особенности восприятия наружной рекламы; особенности дизайна наружной рекламы; изучение приемов создания эффективной наружной рекламы; изучение требований и критериев оценки наружной рекламы			
Тема 7. Интерьерная реклама	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>	<b>1</b>	6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Изучение принципов оформления интерьеров; зонирование; виды и расчет элементов конструкций, технология изготовления: классификация конструкций и материалов			
	<b>Практическое занятие</b> Разработать рекламную продукцию для оформления интерьера	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		
	Изучение принципов оформления интерьеров; зонирование; виды и расчет элементов конструкций, технология изготовления: классификация конструкций и материалов			
Тема 8. Полиграфическая рекламная продукция	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>	<b>1</b>	6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Изучение процесса тиражирования печатных изданий: виды печатной продукции; технологии печати многостраничной продукции; особенности дизайна многостраничной продукции; создание макетов для многостраничной печати; использование авторской графики и текста; изучение стандартов вёрстки.			
	<b>Практическое занятие</b> Разработать ряд рекламной полиграфической продукции листовку	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		
	Изучение процесса тиражирования печатных изданий: виды печатной продукции; технологии печати многостраничной			

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
	продукции; особенности дизайна многостраничной продукции; создание макетов для многостраничной печати; использование авторской графики и текста; изучение стандартов вёрстки.			
Тема 9. Оформление выставок и презентаций.	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>	<b>1</b>	6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Расчет элементов конструкций, технология изготовления: классификация конструкций и материалов; новейшие технологии в области создания наружной рекламы; корректный дизайн и подготовка файлов для создания наружной рекламы			
	<b>Практическое занятие</b> Разработать эскиз выставки, навигацию, инфографику	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		
	Расчет элементов конструкций, технология изготовления: классификация конструкций и материалов; новейшие технологии в области создания наружной рекламы; корректный дизайн и подготовка файлов для создания наружной рекламы			
Тема 10. Реклама в интернет.	<b>Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)</b>	<b>1</b>	6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.	1		
	<b>Практическое занятие</b> Изучить способ оценки эффективности веб-дизайна и рекламной компании в интернете. Написать список возможных PR-мероприятий для повышения посещаемости сайта и увеличения продаж в интернет.	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		
	Выбрать сайт в интернете и проанализировать его композиционно-			

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
	графическую модель			
Тема 11. Планирование рекламной компании	Содержание учебного материала занятий семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	1	6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.
	Принципы создания эффективной рекламы. Планирование рекламных компаний; работа с целевой аудиторией от исследования до оценки эффекта рекламной компании; изучение исторических стилей и принципов создания стильного художественного образа.			
	<b>Практическое занятие</b> Написать маркетинговый план	1		
	<b>Содержание самостоятельной работы обучающихся</b>	4		
	Принципы создания эффективной рекламы. Планирование рекламных компаний; работа с целевой аудиторией от исследования до оценки эффекта рекламной компании; изучение исторических стилей и принципов создания стильного художественного образа.			
<b>Зачет</b>	<b>Примерные вопросы к зачету</b> 1. К какому периоду можно отнести возникновение дизайна как профессиональной индустрии? 2. Что служит побуждающим началом функционирования дизайн-системы «Реклама»? 3. На каком этапе происходит определение проблемы и задачи рекламного обращения? 4. На основе чего строится креативный процесс? 5. Каким образом имидж влияет на дизайн рекламного обращения в прессе? 6. Что такое брэнд? Каковы основные этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях его существования?		6	ОПК 6 /ИДК.Б.ОПК-6.1.

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Что является обязательным условием функционирования товарного знака?</li> <li>8. Какое средство гармонизации композиции помогает сразу выделить ее смысловой центр?</li> <li>9. В чем заключаются условия единства композиции в дизайн?</li> <li>10. От каких признаков элементов зависит уравновешенность композиции?</li> <li>11. Какой фактор является определяющим при эмоциональном восприятии цвета?</li> <li>12. Какие структурные элементы рекламного обращения в газете способствуют переводу непроизвольного внимания реципиента в осознанное?</li> <li>13. Чем определяется место заголовка в рекламном обращении, опубликованном в газете или журнале?</li> <li>14. Какой фактор в большей степени влияет на запоминаемость рекламного обращения в прессе?</li> <li>15. В чем заключается вклад Джея Хэмбиджа в художественное конструирование?</li> <li>16. Что собой представляет модульная сетка?</li> <li>17. Что представляет собой прямоугольник золотого сечения?</li> <li>18. Что определяет выбор оптимального способа печати?</li> <li>19. Базовая триада цветоделения.</li> <li>20. Чем определяется выбор гарнитуры шрифта в рекламном обращении?</li> <li>21. Компьютерные цветовые модели.</li> <li>22. Что необходимо для изготовления высококачественных этикеток, контрэтикеток, кольереток и упаковок со сложной конфигурацией?</li> <li>23. Каковы основные принципы и приемы оформления выставок и</li> </ol>			

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Трудоемкость (час.)	Семестр	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы
	<p>презентаций?</p> <p>24. Какие методы оценки характеристик наружной рекламы вам известны?</p> <p>25. Каковы основные характеристики и свойства материалов, применяемых в наружной рекламе в настоящее время?</p> <p>26. Какие основные источники света используются в рекламе в настоящее время?</p> <p>27. Каковы основные виды рекламоносителей в интернете?</p> <p>28. Каковы основные ценовые модели размещения рекламы в интернете?</p>			

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Для реализации программы дисциплины библиотечный фонд СПИИ ВШНИ имеет электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе:

##### **Основная литература**

Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> . – ISBN 978-5-394-04207-2. – Текст : электронный.

Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 239 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684750> . – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст : электронный.

##### **Дополнительная литература**

Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 444 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684290> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04470-0. – Текст : электронный.

Ткаченко, Н. В. Креативная реклама : технологии проектирования : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684529> . – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст : электронный.

Байбардина, Т. Н. Торговая реклама непродовольственных товаров : учебное пособие : [16+] / Т. Н. Байбардина, О. А. Бурцева, Т. Л. Процко. – Минск : Вышэйшая школа, 2016. – 208 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=477942> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-06-2653-0. – Текст : электронный.

Мандель, Б. Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 382 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=270327> . – Библиогр.: с. 367-369. – ISBN 978-5-4499-0062-3. – DOI 10.23681/270327. – Текст : электронный.

Гольман И. «Рекламная деятельность: планирование, технология, организация», М. «Гелла - принт» 2002.

Музыкант В.Л. «Реклама в действии: история, аудитория, приемы», М. «Эксмо» 2006.

Толкачев А.Н. Реклама и рекламная деятельность в России: закон и практика. М.: ЭКСМО, 2008.

Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.

Хапенков В.Н. «Организация рекламной деятельности», М. «Академия» 2005.

Все современные технологии продажи рекламных услуг. Справочник рекламного агента. М.: ЭКСМО, 2008.

## **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Поисковая система «Яндекс»

Поисковая система «Google»

## **Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

Особенность дисциплины заключается в том, что она должна сформировать практические навыки работы студента с рекламной продукцией. Теоретические знания о рекламе – всего лишь средства достижения этой цели.

Самостоятельная работа студентов заключается в выполнении графических заданий, поиске информации в библиотеке, в интернет - классе, изучении справочной и нормативной литературы. Контроль над ходом выполнения лабораторных работ преподавателем осуществляется в аудиторном режиме. При оценке творческой работы студентов преподаватель учитывает следующие моменты:

- формально-образное выражение в рекламе содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики;
- соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи;
- стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов и среды;
- соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретной задачи;
- оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры.

Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим.

Цель методических рекомендаций - обеспечить студенту бакалавриата (далее - студенту) оптимальную организацию процесса изучения дисциплины, а также выполнения различных форм самостоятельной работы.

Студентам необходимо ознакомиться:

с содержанием рабочей программы дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, с графиком консультаций преподавателей данной кафедры, формами аудиторной, практической и самостоятельной работы.

Программа дисциплины «Рекламные технологии в области игрушки» реализуется в процессе проведения практических занятий, бесед, лекций. Самостоятельная работа студентов консультируется и контролируется преподавателем. Теоретический ответ и выполненные практические задания рассматриваются и анализируются на зачете, где преподавателем оцениваются по пятибалльной шкале, с уточнением балльной оценки. Итоги полученных оценок на зачете отражаются в экзаменационной ведомости и зачетной книжке студента.

## **Рекомендации по подготовке к практическим занятиям**

В течении семестра студенты выполняют ряд практических заданий, которые защищают на занятиях, подтверждая выполненную работу демонстрацией теоретических знаний.

Студентам следует:

- до очередного практического занятия подготовить необходимые инструменты и материалы;
- приносить с собой необходимый иллюстративный материал к занятию;
- изучить и проанализировать собранный теоретический и иллюстративный материал;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по качеству и пригодности отобранного иллюстративного материала.

**Критерии подготовленности студентов к практическому занятию:**

- ориентация в подготовленном теоретическом и иллюстративном материале;
- подготовленные необходимые инструменты для практического занятия;
- наличие вопросов к преподавателю по качеству и пригодности отобранного иллюстративного материала.

**Методические рекомендации по организации самостоятельной работы**

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение заданий, которые ориентированы на подготовительную работу к практическим занятиям. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно.

Студентам следует:

- отобрать необходимый теоретический и иллюстративный материал в электронном или письменном/наглядном варианте;
- четко выполнять требования по подбору иллюстративного материала.
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения.

**3.2. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Реализация программы дисциплины предполагает наличие:

<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>
Учебная аудитория, кабинет информационных технологий, компьютерного дизайна, лаборатория компьютерной графики для занятий практического типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций,	Перечень основного оборудования: Комплект мультимедийного оборудования: системный блок и монитор; комплект учебной мебели, учебная доска, персональные компьютеры в сборе по количеству учащихся: Учебно-наглядные пособия:	Перечень лицензионного программного обеспечения: антивирусная защита Avast!, Windows, Microsoft Office.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
самостоятельной учебной работы обучающихся № 204	демонстрационные материалы для проведения лекционных и практических занятий.	

#### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Аудиторные занятия по дисциплине проводятся в форме практических занятий. Практические занятия проводятся в форме учебной дискуссии, использования презентаций по теме изложения, анализа конкретных ситуаций и т.п., а также в интерактивной форме в виде работы в малых группах, решения заданий, направленных на выработку навыков работы с научной литературой и библиографией, справочниками, базами данных, оформления и т.п. На занятиях используются интерактивные формы и методы их проведения: дискуссия, дебаты, проблемное обсуждение и презентации.

При реализации программы дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Наименование разделов и тем дисциплины	Вид занятия	Формы и методы интерактивного обучения	Кол-во часов
Введение	Лекция, практическое занятие	работа в малых группах	2
Тема 1. Работа с целевой аудиторией.	практическое занятие	работа в малых группах	10
Тема 2. Рекламное обращение.	практическое занятие	работа в малых группах	10
Тема 3. Художественное оформление рекламного продукта.	практическое занятие	работа в малых группах	9
Тема 4. Правило 3-х секунд и 4-х элементов. правила вёрстки.	практическое занятие	работа в малых группах	5
Тема 5. Реклама в периодических изданиях	практическое занятие	работа в малых группах	5
Тема 6. Особенности наружной рекламы.	практическое занятие	работа в малых группах	5
Тема 7. Интерьерная реклама	практическое занятие	работа в малых группах	5
Тема 8. Полиграфическая рекламная продукция	практическое занятие	работа в малых группах	5
Тема 9. Оформление выставок и презентаций.	практическое занятие	работа в малых группах	5
Тема 10. Реклама в интернет.	практическое занятие	работа в малых группах	5
Тема 11. Планирование рекламной компании	практическое занятие	работа в малых группах	5

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ (при наличии) форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.) При необходимости осуществляется увеличение времени на подготовку к промежуточной аттестации, а также предоставляется дополнительное время для подготовки ответа в ходе промежуточной аттестации. Возможно установление индивидуальных графиков прохождения промежуточной аттестации.

Контроль и оценка качества освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения занятий лекционного и семинарского типа, а также выполнения обучающимися самостоятельной работы.

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции (ИДК)	Формы и методы контроля и оценки	Критерии оценки (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно, зачет, незачет)
ОПК.6	ИДК.Б.ОПК-6.1.	Оценка в рамках текущего контроля: результатов работы на практических занятиях; результатов выполнения индивидуальных домашних заданий;	<p><b>Критерии оценки при оценивании устного опроса, практических работ</b></p> <p><b>Зачтено</b>  <b>86-100 баллов</b> Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, на высоком художественном уровне, свободно оперирует приобретенными знаниями при выполнении проектно-художественного задания                      Задание выполнено в полном объеме на высоком художественном уровне. Работа велась систематизировано и последовательно. Студент демонстрирует высокую степень владения техническими приемами, инструментами и свободно выражает свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы соответствует требованиям.</p> <p><b>Зачтено</b>  <b>71- 85 баллов</b> Обучающийся в основном демонстрирует соответствие знаний, на хорошем художественном уровне, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при выполнении проектно-художественного задания                      Задание выполнено в полном объеме на хорошем художественном уровне. Студент демонстрирует хорошую степень владения техническими приемами, инструментами и свободно выражает свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы соответствует требованиям.</p> <p><b>Зачтено</b>  <b>41-70 баллов</b> Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при выполнении проектно-художественного задания.                      Задание выполнено в полном объеме на среднем художественном уровне. Работа отличается средним качеством выполнения, неоригинальностью авторского почерка.</p>

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции (ИДК)	Формы и методы контроля и оценки	Критерии оценки (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно, зачет, нечет)
			<p>Студент демонстрирует среднюю степень владения техническими приемами, инструментами и не достаточно свободно выражает свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы не полностью соответствует требованиям.</p> <p><b>Не зачтено</b>  <b>0-40 баллов</b> Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний.</p> <p>Задание не выполнено или выполнено частично на низком художественном уровне. Работа велась не систематизировано и не последовательно. Работа отличается низким качеством выполнения. Студент демонстрирует низкую степень владения техническими приемами, инструментами и неспособность выразить свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы не соответствует требованиям.</p>
ОПК.6	ИДК.Б.ОПК-6.1.	Оценка в рамках промежуточной аттестации в форме зачета	<p><b>Критерии оценки на зачете</b>  <b>Зачтено</b>  <b>86-100 баллов</b> Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, на высоком художественном уровне, свободно оперирует приобретенными знаниями при выполнении проектно-художественного задания</p> <p>Задание выполнено в полном объеме на высоком художественном уровне. Работа велась систематизировано и последовательно. Студент демонстрирует высокую степень владения техническими приемами, инструментами и свободно выражает свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы соответствует требованиям.</p> <p><b>Зачтено</b>  <b>71- 85 баллов</b> Обучающийся в основном демонстрирует соответствие знаний, на хорошем художественном уровне, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при выполнении проектно-художественного задания</p> <p>Задание выполнено в полном объеме на хорошем художественном уровне. Студент демонстрирует хорошую степень владения техническими приемами, инструментами и свободно выражает свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы соответствует требованиям.</p> <p><b>Зачтено</b>  <b>41-70 баллов</b> Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при выполнении проектно-художественного задания.</p> <p>Задание выполнено в полном объеме на среднем художественном уровне. Работа отличается средним качеством выполнения, неоригинальностью авторского почерка.</p>

Код компетенции	Код индикатора достижения компетенции (ИДК)	Формы и методы контроля и оценки	Критерии оценки (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно, зачет, нечет)
			<p>Студент демонстрирует среднюю степень владения техническими приемами, инструментами и не достаточно свободно выражает свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы не полностью соответствует требованиям.</p> <p><b>Не зачтено</b> <b>0-40 баллов</b> Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний.</p> <p>Задание не выполнено или выполнено частично на низком художественном уровне. Работа велась не систематизировано и не последовательно. Работа отличается низким качеством выполнения. Студент демонстрирует низкую степень владения техническими приемами, инструментами и неспособность выразить свой творческий замысел с применением новых знаний. Оформление работы не соответствует требованиям.</p>

### 5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) представляет собой комплект оценочных материалов для проведения текущего контроля, включая, при необходимости, и входной контроль, и промежуточной аттестации обучающихся.

Наименование разделов и тем дисциплины	Коды компетенций и индикаторов достижения, формируемые которыми способствует элемент программы	Результаты обучения (знать, уметь, владеть)	Технология формирования (вид занятия)	Оценочное средство	б-рейтинговая шкала

Наименование разделов и тем дисциплины	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы	Результаты обучения (знать, уметь, владеть)	Технология формирования (вид занятия)	Оценочное средство	б-рейтинговая шкала
<p>Введение  Тема 1. Работа с целевой аудиторией.  Тема 2. Рекламное обращение.  Тема 3. Художественное оформление рекламного продукта.  Тема 4. Правило 3-х секунд и 4-х элементов, правила вёрстки.  Тема 5. Реклама в периодических изданиях  Тема 6. Особенности наружной рекламы.  Тема 7. Интерьерная реклама  Тема 8. Полиграфическая рекламная продукция  Тема 9. Оформление выставок и презентаций.  Тема 10. Реклама в интернет.  Тема 11. Планирование рекламной компании</p>	<p>ОПК-6/  ИДК.Б.ОПК-6.1.</p>	<p><b>знать:</b>  цели, содержание и варианты использования информационных ресурсов; базовые системные программы и пакеты прикладных программ; создание, хранение и обработку графических моделей и их изображений.  -возможности рекламных технологий  <b>уметь:</b>  использовать программное обеспечение в профессиональной деятельности; осваивать технологии компьютерного проектирования.  <b>владеть:</b>  представлением о современной компьютерной графике, её возможностях; возможностями графических пакетов; навыками создания профессионально – ориентированных компьютерных моделей,</p>	<p>Аудиторная лекция, лекция в формате онлайн:  лекция вводная, информационная, визуальная.  Практическая работа: выполнение учебно-творческого задания.  Самостоятельная внеаудиторная работа: выполнения индивидуальных домашних заданий.</p>	<p>Устный ответ на вопросы по пройденному материалу.  Уровень выполнения практических задач.  Выполнение практических задач внеаудиторной самостоятельной работы.</p>	<p>Пороговый (не удовлетворительный) от 0 до 40 баллов  Студент имеет разрозненные, бессистемные знания, искажает смысл базовых понятий, не может практически применять теоретические знания, имеет нарушения графика учебного процесса.  Стандартный (удовлетворительный) от 41 до 70 баллов  Студент обнаруживает понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности, в применении теоретических знаний при ответе на практико-ориентированные вопросы; не умеет доказательно обосновать собственные суждения, имеет нарушения графика учебного процесса.  Продвинутый (хорошо) от 71 до 85 баллов  Студент полностью освоил учебный материал, но содержание и форма ответа</p>

Наименование разделов и тем дисциплины	Коды компетенций и индикаторов достижения, формированию которых способствует элемент программы	Результаты обучения (знать, уметь, владеть)	Технология формирования (вид занятия)	Оценочное средство	б-рейтинговая шкала
		<p>плакатов.</p> <p>-опытом анализа различных форм и средств рекламы для конкретной рекламной кампании в контексте современной культуры</p>			<p>имеют отдельные неточности. Ориентируется в изученном материале, осознанно применяет теоретические знания на практике, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности.</p> <p>Высокий (отлично) от 86 до 100 баллов</p> <p>Студент имеет глубокое и полное осознание содержания учебного материала, в котором студент свободно и уверенно ориентируется; грамотно и логично излагает ответ</p> <p>Умеет практически применять теоретические знания, высказывать и обосновывать свои суждения, проводит активную самостоятельную поисково-исследовательскую деятельность.</p>

**Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения программы дисциплины:**

**Примерные вопросы к зачету**

1. К какому периоду можно отнести возникновение дизайна как профессиональной индустрии?

2. Что служит побуждающим началом функционирования дизайн-системы «Реклама»?
3. На каком этапе происходит определение проблемы и задачи рекламного обращения?
4. На основе чего строится креативный процесс?
5. Каким образом имидж влияет на дизайн рекламного обращения в прессе?
6. Что такое брэнд? Каковы основные этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях его существования?
7. Что является обязательным условием функционирования товарного знака?
8. Какое средство гармонизации композиции помогает сразу выделить ее смысловой центр?
9. В чем заключаются условия единства композиции в дизайн?
10. От каких признаков элементов зависит уравновешенность композиции?
11. Какой фактор является определяющим при эмоциональном восприятии цвета?
12. Какие структурные элементы рекламного обращения в газете способствуют переводу непроизвольного внимания реципиента в осознанное?
13. Чем определяется место заголовка в рекламном обращении, опубликованном в газете или журнале?
14. Какой фактор в большей степени влияет на запоминаемость рекламного обращения в прессе?
15. В чем заключается вклад Джея Хэмбиджа в художественное конструирование?
16. Что собой представляет модульная сетка?
17. Что представляет собой прямоугольник золотого сечения?
18. Что определяет выбор оптимального способа печати?
19. Базовая триада цветоделения.
20. Чем определяется выбор гарнитуры шрифта в рекламном обращении?
21. Компьютерные цветовые модели.
22. Что необходимо для изготовления высококачественных этикеток, контрэтикеток, кольереток и упаковок со сложной конфигурацией?
23. Каковы основные принципы и приемы оформления выставок и презентаций?
24. Какие методы оценки характеристик наружной рекламы вам известны?
25. Каковы основные характеристики и свойства материалов, применяемых в наружной рекламе в настоящее время?
26. Какие основные источники света используются в рекламе в настоящее время?
27. Каковы основные виды рекламоносителей в интернете?
28. Каковы основные ценовые модели размещения рекламы в интернете?