

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
 «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИИЦИТР

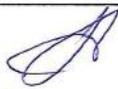
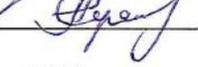
Сонькин Д.М.

«29» 06 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПРИЕМ 2018 г.**  
**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная**

Реклама и дизайн		
Направление подготовки/ специальность	54.03.01 «Дизайн»	
Образовательная программа (направленность (профиль))	Промышленный дизайн	
Специализация	Промышленный дизайн	
Уровень образования	высшее образование - бакалавриат	
Курс	4 семестр 7	
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3	
Виды учебной деятельности	Временной ресурс	
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	16
	Практические занятия	0
	Лабораторные занятия	32
	ВСЕГО	48
Самостоятельная работа, ч		60
ИТОГО, ч		108

Вид промежуточной аттестации	зачет	Обеспечивающее подразделение	ОАР
------------------------------	-------	------------------------------	-----

Заведующий кафедрой - руководитель отделения на правах кафедры Руководитель ООП Преподаватель		Филипас А.А.
		Вехтер Е.В.
		Серяков В.А.

2020 г.

## 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5. Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
		Код	Наименование
ОПК (У)-4	Способен применять современную шрифтовую культуру и компьютерные технологии, применяемые в дизайн-проектировании	ОПК (У)-4.В1	Владеет навыками векторной и растровой графики и художественно – техническим редактированием
		ОПК (У)-4.У1	Умеет применять современную шрифтовую культуру при выполнении дизайн-проекта
ПК(У)-2	Способен обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	ПК(У)-2.В3	Владеет опытом обоснованного выбора материалов и технологий при разработке дизайна и изготовлении полиграфической продукции и наружной рекламы
		ПК (У)-2.У3	Умеет обосновать свои предложения при разработке проектной идеи в соответствии с регламентом, нормативными документами, паспортом рекламного и информационного места
		ПК (У)-2.33	Знает основы работы над полиграфической продукцией, специфику расположения рекламных и информационных установок
ДПК(У)-1	Способен применять современные информационные технологии и графические редакторы, методы научных исследований при создании дизайн-проектов и обосновывать новизну собственных проектных решений	ДПК(У)-1.В8	Владеет опытом создания документации по дизайн-проекту рекламной продукции с использованием современных информационных технологий и графических редакторов
		ДПК(У)-1.У8	Умеет использовать методы компьютерного моделирования и проектирования в разработке дизайна полиграфической и рекламной продукции, наружной рекламы

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Дисциплина относится вариативной части, Модуль специализации Блока 1 учебного плана образовательной программы.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД-1	Применять знания по обработке и сравнительно-сопоставительному анализу данных в процессе разработки рекламной идеи	ОПК (У)-4
РД-2	Применять творческий подход и художественные методы при выполнении дизайн-проектов промышленных изделий и объектов рекламы	ДПК(У)-1
РД-3	Воплощать художественную проектную идею в материале	ПК(У)-2

Оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в календарном рейтинг-плане дисциплины.

#### 4. Структура и содержание дисциплины

##### Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел 1. Реклама и ее место в системе маркетинговых коммуникаций	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	6
Раздел 2. Правовые основы рекламной деятельности	РД-1	Лекции	2
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	8
Раздел 3. Система организации работы в рекламно-производственной компании, основные направления деятельности	РД-2	Лекции	4
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	10
Раздел 4. Основные виды рекламной продукции, психофизиологическое восприятие рекламы. Цветовая торговая матрица	РД-2	Лекции	2
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	12
Раздел 5. Особенности разработки фирменного стиля (брендбука) компании. Реклама и мерчандайзинг товаров	РД-3	Лекции	2
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	12
Раздел 6. Особенности дизайна наружной рекламы и промышленных экспозиций	РД-3	Лекции	4
		Практические занятия	0
		Лабораторные занятия	6
		Самостоятельная работа	12

Содержание разделов дисциплины:

##### **Раздел 1. Реклама и ее место в системе маркетинговых коммуникаций**

Раздел знакомит с историей развития рекламы. Даются определения таким понятиям как реклама, маркетинг, определяется и место рекламы в нём. Инструменты рекламы, потребительская и промышленная реклама. Планирование и контролирование рекламной деятельности. Рекламные кампании. Средства коммуникации, используемые в рекламных целях.

**Темы лекций:**

1. Реклама, как объект изучения, её классификация и составляющие.

**Названия лабораторных работ:**

1. Дизайн буклета - работа со слоями, создание многостраничного документа.

**Раздел 2. Правовые основы рекламной деятельности**

Раздел содержит информацию о указе президента «О гарантиях права граждан на охрану здоровья при распространении рекламы». Указ президента «О защите потребителя от недобросовестной рекламы». Постановление администрации города Томска «О размещении рекламных конструкций на территории муниципального образования «Город Томск».

**Темы лекций:**

1. Федеральный закон «О рекламе». Порядок рассмотрения дел по нарушению «Закона о рекламе».

**Названия лабораторных работ:**

1. Анализ наружной рекламы в городе, выявление мест рекламных объектов на здании несоответствующих паспорту здания и его историко-культурному значению.

**Раздел 3. Система организации работы в рекламно-производственной компании, основные направления деятельности**

Раздел знакомит со структурой рекламной кампании, принципом взаимодействия между структурными подразделениями, последовательностью разработки проекта, согласованием его с заказчиком, подготовкой и изготовлением рекламной продукции. Рассматриваются основные материалы и технологии производства рекламной продукции.

**Темы лекций:**

1. Технологии и материалы для производства рекламной продукции. Составление технического задания. Структурная организация рекламно-производственной компании. Последовательность выполнения заказа.

**Названия лабораторных работ:**

1. Составление технического задания.
2. Определение возможных материалов и технологии изготовления для различного рода продукции.

**Раздел 4. Основные виды рекламной продукции, психофизиологическое восприятие рекламы. Цветовая торговая матрица**

В данном разделе даются основные понятия теории психологии, применяемые в экспериментальной психологии рекламы: установка, мотивация. Психологические особенности восприятия цветовых сочетаний.

**Темы лекций:**

1. Психологические основы мотивации потребителя. Пирамида Маслоу. Модели воздействия рекламы на человеческую психику.

**Названия лабораторных работ:**

1. Определение наилучшего цветового решения и материалов для предложенных изделий.

**Раздел 5. Особенности разработки фирменного стиля (брендбука) компании. Реклама и мерчандайзинг товаров**

В данном разделе рассматривается жизненный цикл товара и рекламы. Особенности составления рекламных сообщений. Применение видов рекламы на различных этапах жизненного цикла товара. Практическое применение модели жизненного цикла товара при планировании рекламной кампании. Отличие брендбука от фирменного стиля. Особенности

мерчандайзинга на примере крупных торговых сетей.

**Темы лекций:**

1. Информационно-рекламные материалы. Реклама в прессе и прямая почтовая реклама.
2. Имидж фирмы как средство рекламы. Константы фирменного стиля: товарный знак (логотип), цвет, шрифт.

**Названия лабораторных работ:**

1. Разработка брендбука компании.

**Раздел 6. Особенности дизайна наружной рекламы и промышленных экспозиций**

Раздел содержит информацию о схемах зонирования города по категориям размещения рекламных и информационных объектов. Даются основные понятия рекламно-информационных конструкций, основные требования для подготовки полиграфического материала, используемого в данных конструкциях (штендер, медиафасад, билборд, суперсайт, ситилайт, бранмауер, призматрон).

**Темы лекций:**

1. Виды основных информационных и рекламных конструкций.
2. Материалы и технологии для производства рекламных вывесок, объемных букв, световых коробов. Схемы зонирования выставочной площади, дизайн выставочного стенда.

**Названия лабораторных работ:**

1. Разработка дизайна вывески.
2. Определение технологии и материалов изготовления вывески, а также сборки и монтажа.

## **5. Организация самостоятельной работы студентов**

Самостоятельная работа студентов при изучении дисциплины (модуля) предусмотрена в следующих видах и формах:

- Работа с лекционным материалом, поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку;
- Поиск, анализ, структурирование и презентация информации;
- Выполнение домашних заданий, расчетно-графических работ и домашних контрольных работ;
- Подготовка к лабораторным работам;
- Исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- Подготовка к оценивающим мероприятиям;

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Учебно-методическое обеспечение**

#### **Основная литература**

1. Белоенко, Е. В. Реклама и дизайн: учебное пособие / Е. В. Белоенко, С. В. Романова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — Томск: Изд-во ТПУ, 2015. – URL:<http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2016/m024.pdf> (дата обращения 28.04.2018). – Режим доступа: из корпоративной сети ТПУ. – Текст: электронный.

## Дополнительная литература

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. В. Боресков, Е. В. Шикин; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (МГУ). — Москва: Юрайт, 2016. — 219 с.: ил. — Текст: непосредственный.
2. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / О. Н. Ткаченко; Омский государственный технический университет (ОмГТУ). — Москва: Магистр Инфра-М, 2015. — 176 с.: ил. — Текст: непосредственный

## 6.2. Информационное и программное обеспечение

Internet-ресурсы (в т.ч. в среде LMS MOODLE и др. образовательные и библиотечные ресурсы):

1. Электронно-библиотечная система «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
2. Электронно-библиотечная система «Юрайт» - <https://urait.ru/>
3. Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM» - <https://new.znanium.com/>

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

Удаленный рабочий стол с программным обеспечением <https://appserver01.main.tpu.ru/RDWeb/Pages/ru-RU/Default.aspx>;

7-Zip; Adobe Acrobat Reader DC; Adobe Flash Player; Far Manager; Google Chrome; Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Zoom Zoom; Document Foundation LibreOffice;

Adobe Photoshop CS6 (удаленный рабочий стол с программным обеспечением)

Adobe Illustrator CS6 (удаленный рабочий стол с программным обеспечением)

Corel DRAW X7 (удаленный рабочий стол с программным обеспечением)

Полный перечень лицензионного программного обеспечения находится по ссылке (сетевой ресурс [var.tpu.ru](http://var.tpu.ru).)

## 7. Особые требования к материально-техническому обеспечению дисциплины:

В учебном процессе используется следующее лабораторное оборудование для практических и лабораторных занятий:

№	Наименование специальных помещений	Наименование оборудования
1.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (компьютерный класс) 634034, Томская область, г. Томск, пр-т Ленина 2, 301	Комплект учебной мебели на 14 посадочных мест; Шкаф для одежды - 2 шт.; Компьютер - 14 шт.; Проектор - 1 шт.
2.	Аудитория для проведения учебных занятий всех типов, курсового проектирования, консультаций, текущего	Доска аудиторная настенная - 1 шт.; Комплект учебной мебели на 24 посадочных мест; Компьютер - 1 шт.; Телевизор - 1 шт.

контроля и промежуточной аттестации 634034 г. Томская область, Томск, Ленина проспект, д.2, 305	
---	--

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 54.03.01 Дизайн / Промышленный дизайн / (приема 2018 г., очная форма обучения).

Разработчик(и):

Должность	Подпись	ФИО
Доцент ОАР ИШИТР		Серяков В.А.

Программа одобрена на заседании выпускающего Отделения автоматизации и робототехники (протокол от «5» июня 2018 г. №6).

Заведующий кафедрой –  
 руководитель отделения на правах кафедры,  
 к.т.н, доцент

  
 подпись /Филипас А.А./

**Лист изменений рабочей программы дисциплины:**

Учебный год	Содержание /изменение	Обсуждено на заседании Отделения автоматизации и робототехники (протокол)
2018/2019 учебный год	Изменено содержание разделов рабочей программы дисциплины, рейтинг планов и ФОС в соответствии с нормативными документами по введению в действие новой системы оценивания ТПУ (приказ №58/ОД от 25.07.2018), о проведении текущего контроля и промежуточной аттестации в ТПУ ((приказ №59/ОД от 25.07.2018).	от 30.08.2018 г. № 7
2020/2021 учебный год	Обновлено ПО	№ 4/а от 01.09. 2020 г.