

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

**КАФЕДРА «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Дизайн рекламной продукции»**

**Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.**

**Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью**

**Автор: Н.Н. Скрипникова**

**Воронеж – 2021**

## **Введение**

### **Цели дисциплины**

научить выбору художественной формы реализации рекламной идеи; созданию визуального образа с рекламными функциями; художественному конструированию рекламных продуктов по заданию; осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты; научить грамотному оформлению документации заказа на производство рекламной полиграфической продукции; подготовить студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции.

### **Задачи освоения дисциплины**

показать понятийно-категориальную платформу дизайна, рекламы и рекламных технологий; познакомить с базовыми принципами разработки визуальных и вербальных элементов рекламы; дать представление о форме, содержании и структуре рекламного обращения; научиться анализировать и оценивать рекламу с помощью системы критериев - содержательных и формальных (художественно-выразительных); познакомить с моделями восприятия рекламных обращений и основами психологии потребления рекламы; познакомить с базовыми моделями организации творческих процессов в рекламе и дизайне; познакомить с методиками поиска идей для креативных рекламных концепций; познакомить с приемами увеличения функциональности рекламного обращения и научить применять эти приемы и принципы в дизайнерской практике; дать представление об основных технологических производственных процессах в рекламе и дизайне; познакомить с основными способами производства рекламного продукта; методами полиграфического воспроизведения; показать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.

## **1 Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Дизайн издательской продукции».**

Самостоятельная работа – это планируемая работа студентов, которую они выполняют по заданию и при методическом руководстве преподавателя,

но без его прямого участия. Самостоятельная работа нацелена на повышение уровня теоретического и практического освоения студентами данного курса.

Самостоятельная работа необходима не только для освоения дисциплины «Дизайн издательской продукции», но и для формирования навыков самостоятельной работы как в учебной, так и профессиональной деятельности. Каждый студент учится самостоятельному решению проблем, нахождению оригинальных творческих решений.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, текстов лекций, систематизацию прочитанного материала, решение стандартных и нестандартных задач т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины «Дизайн издательской продукции». Самостоятельная работа по данной дисциплине может осуществляться в различных формах (например, подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита курсовой работы / проекта; подготовка презентаций, спичрайтерских выступлений и др.). Виды заданий для внеаудиторной самостоятельной работы, их содержание и характер могут иметь вариативный и дифференцированный характер, учитывать индивидуальные особенности студента. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов online и на занятиях в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности.

Самостоятельная работа выполняется на основе изучения литературы (коллективных произведений, монографий, статей и др.), в которых предметом специального рассмотрения является тема самостоятельной работы, а также с использованием предложенной преподавателем методической литературы. Подбор литературы следует начинать с ознакомления с предметным, систематическим каталогами и ресурсами электронной библиотеки ВГТУ. Подбор литературы завершается составлением сводного списка литературы, подлежащей изучению. Самостоятельная подготовка может вестись с использованием списка основной и дополнительной литературы.

При выполнении самостоятельной работы студент должен пройти следующие этапы: определение цели самостоятельной работы; конкретизацию проблемной или практической задачи; планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) самостоятельной работы по решению задачи; реализацию программы выполнения самостоятельной работы.

Работа должна содержать: обоснование актуальности темы, формулировку целей и задач; степень разработанности проблемы, характеристика объекта исследования; изложение содержания методов получения, обработки и анализа информации, используемых в самостоятельной работе; результаты анализа и исследовательской деятельности; выводы, сформулированные студентом по результатам работы, их обоснование.

Самостоятельная работа по дисциплине «Дизайн издательской продукции», выполняется в виде:

1. Творческое задание – частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Рекомендуется для оценки умений и владений студентов.

#### **Творческие задания по дисциплине «Дизайн издательской продукции»:**

1. Работа дизайнера с текстом печатной рекламы 2. Особенности дизайна печатной рекламы 3. Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта 4. Порядок воздействия баннера: текстом, цветом и графикой 5. Бриф для рекламного агентства от имени рекламодателя.

Руководители должны регулярно проводить консультации. Очень важной является первая консультация, когда студентов знакомят с методикой работы, подбором литературы и составлением плана.

Контроль над самостоятельной работой студента осуществляется преподавателем во время консультаций и практических занятий с помощью тестирования, собеседования, защиты индивидуального задания, публичного доклада, подготовки реферата, макета рекламного продукта или презентации.

## **II Методические рекомендации для выполнения курсовой работы по дисциплине «Дизайн рекламной продукции»**

Курсовая работа по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» является важной частью процесса обучения студентов высшей школы. При выполнении курсовых работ студентами приобретаются навыки самостоятельной творческой деятельности, умение проводить исследования, анализировать учебно-методическую и научную литературу, пользоваться справочниками и нормативной документацией, практически использовать и теоретические знания, полученные на аудиторных занятиях.

Написание и защита курсовой работы являются завершающим этапом изучения дисциплины «Дизайн рекламной продукции» студентами очного и заочного отделения направления «Реклама и связи с общественностью».

Обучение студентов творческому мышлению, нахождению нестандартных решений в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. Особое значение в этом направлении отводится выполнению курсовой работы.

Курсовая работа выполняется в процессе проведения аудиторных лекционных и практических занятий по дисциплине «Дизайн рекламной продукции». Наряду с лекциями, практическими занятиями написание курсовой работы способствует углублению знаний студентов по изучаемой дисциплине. Целью выполнения студентами курсовой работы по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» является: научить выбору художественной формы реализации рекламной идеи; созданию визуального образа с рекламными функциями; художественному конструированию рекламных продуктов по заданию; осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты; научить грамотному оформлению документации заказа на производство рекламной полиграфической продукции; подготовить студентов к взаимодействию с полиграфическими предприятиями в процессе производства рекламной продукции.

Основными *задачами* при выполнении курсовой работы являются:

- 1) обоснование актуальности и значимости выбранной темы курсовой работы;

2) постановка цели, задач, определение объекта, предмета и методологии исследования;

3) анализ и систематизация теоретических выводов отечественных и зарубежных авторов о состоянии исследуемой проблемы;

4) владение современной методикой решения практических задач и вопросов, поставленных в работе.

Отдельной задачей, общей для всех студентов вне зависимости от темы конкретного исследования, является следование требованиям к оформлению курсовой работы.

Данный подход обусловлен тем, что одним из важнейших элементов культуры производства является умение грамотно и ясно излагать свои мысли, в соответствии с существующими стандартами, максимально используя при этом все возможности компьютерной техники и программного обеспечения.

Выполнение курсовой работы по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» включает следующие этапы:

- 1) ознакомление с требованиями, предъявляемыми к курсовым работам;
- 2) выбор и утверждение темы курсовой работы;
- 3) составление плана выполнения курсовой работы и согласование его с руководителем;
- 4) подбор и изучение литературных источников по теме курсовой работы;
- 5) сбор и анализ практического материала;
- 6) написание и оформление курсовой работы;
- 7) подготовка к защите курсовой работы (написание доклада и подготовка презентации);
- 8) защита курсовой работы.

В процессе выполнения курсовой работы по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» бакалавр направления «Реклама и связи с общественностью» должен решать соответствующие его степени (квалификации) задачи, а именно:

знать основы современной художественной культуры и тенденции ее развития; приемы работы в макетировании, моделировании, с цветом и цветовыми композициями; способы обоснования художественного замысла дизайн-проекта; основные черты и границы влияния рекламных технологий на потребительские группы, этапы развития графического

дизайна и рекламы, иметь представления об особенностях взаимодействия графического дизайна и рекламы на каждом этапе их развития в тесной связи с историко-социальной проблематикой времени; выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя;

уметь ориентироваться в художественных направлениях и методах изображения маркетинговой идеи в дизайне для разных потребительских сегментов, в том числе на современном этапе их развития; применять дизайн-технологии в дизайн-проектировании при выполнении различных видов творческих работ; использовать методики поиска идей для разработки креативной концепции проекта; составлять креативный бриф и техническое задание на проектирование и промышленное воплощение проекта; анализировать современные тенденции потребительского спроса в творчестве мастеров, рекламистов и дизайнеров, работы которых наиболее ярко и полно отразили психологические и социальные потребности времени; ориентироваться в художественных направлениях и методах изображения маркетинговой идеи в дизайне для разных потребительских сегментов, в том числе на современном этапе их развития; применять дизайн-технологии в дизайн-проектировании при выполнении различных видов творческих работ.

Выбор темы курсовой работы осуществляется студентом самостоятельно по согласованию с преподавателем, ведущим курс лекций по дисциплине «Дизайн рекламной продукции». Примерная тема курсовой работы: «Разработка дизайн-макета для рекламной кампании». Студент осуществляет проектное сопровождение полного цикла при разработке дизайн-макета. После определения целей, задач и наиболее эффективного пути их достижения следует разработать эскиз будущего дизайн-макета, критически его проанализировать и внести необходимые коррективы. Затем студент воплощает эскиз, то есть создает дизайн-макет с использованием специального программного обеспечения.

Примерные темы курсовых работ: 1. Выбор художественной формы реализации рекламной идеи 2. Создание визуального образа с рекламными функциями 3. Разработка композиционного решения рекламного продукта 4. Художественное конструирование рекламного продукта 5. Составление слогана и рекламного текста 6. Исторические аспекты рекламы 7. Психологическое воздействие цвета на человека 8. Женский образ в рекламе 9. Шрифт как основа рекламной композиции

10. Визуализация рекламного образа. 11. Дизайнерское отображение свойств товара в рекламе через его атрибуты. 12. Принципы дизайна печатной рекламы.

Во всех случаях тема курсовой работы должна быть актуальной, достаточно конкретной, иметь прикладное значение и соответствовать современному уровню развития маркетинга с учетом российской практики и основному профилю специализации студента. При этом необходимо учитывать возможность доступа к получению фактических данных об объекте исследования.

В процессе выполнения курсовой работы по согласованию с научным руководителем возможны корректировка и уточнение темы в рамках выбранного тематического направления. Окончательная формулировка темы должна быть по возможности краткой, точной, соответствовать содержанию курсовой работы.

Объем работы должен составлять 30–35 страниц; время, отводимое на ее написание от 1–2 месяца до сессии. В зависимости от объема времени, отводимого на выполнение задания, работа может иметь различную творческую направленность.

При написании работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.

*Структура работы:*

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников и литературы;
- приложение (я);
- скриншот отчета проверки работы через систему «Антиплагиат.ру».

Титульный лист содержит полное наименование образовательной организации высшего образования, наименование кафедры, на которой данная работа выполняется; наименование дисциплины, тему курсовой работы, а также данные студента, который выполнял конкретную работу, научного руководителя и оценку, с которой защищена данная работа.

В оглавлении перечисляют введение, заголовки глав (разделов)



и подразделов основной части, заключение, список использованных источников и литературы с указанием их названий и номеров страниц, на которых они начинаются.

Во введении формулируется проблема исследования, обосновываются актуальность темы, степень ее разработанности, место и значение в науке и практике. Далее формулируются цель и задачи исследования, указываются объект, предмет, методика и методология исследования, обосновывается структура работы.

Основная часть работы должна включать не менее 2-х глав (но, как правило, не более 3-х), она может быть представлена теоретическим и практическим разделами. В основной части работы приводятся данные, отражающие сущность, методику и основные результаты исследования.

Каждая глава и параграф должны иметь сформулированное название, отражающее сущность содержания. Главы должны быть самостоятельными структурными частями работы, каждая из которых содержит вступление, основное содержание и выводы. Главы и параграфы должны быть логически связаны друг с другом. В заключении приводятся обобщенные итоги теоретической и практической разработки темы, отражается результат поставленных задач, формулируются выводы, предложения и рекомендации по использованию результатов работы.

Общее количество источников информации в списке использованных источников и литературы должно быть не более 15 наименований, из них – не менее 70 % сроком издания не старше 5-ти лет. В списке литературы должна быть указана нормативная литература, учебные и научные издания, в том числе, из электронно-библиотечной системы ВГТУ

Курсовая работа представляется и защищается в установленные учебными планами сроки. Курсовая работа, не представленная студентом в установленные сроки, не отвечающая настоящим методическим требованиям, не допускается к защите и не позволяет студенту получить положительную оценку.

### **III Методические рекомендации по организации контактной работы студента с преподавателем при освоении дисциплины «Дизайн рекламной продукции»**

#### *Общие положения*

Методические рекомендации по организации форм контактной работы студента с преподавателем содержат описание методов и средств

использования электронной информационно-обучающей среды при реализации учебных занятий по освоению дисциплины «Дизайн рекламной продукции» направления бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Под контактной работой студентов с преподавателями в электронной информационно-образовательной среде (далее – контактная работа в ЭИОС) понимается образовательная деятельность, основанная на взаимодействии обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС, организованном с помощью средств ЭО и ДОТ в целях достижения образовательных результатов. Контактная работа в ЭИОС может происходить с использованием исключительно активных методов обучения при синхронном или асинхронном формате взаимодействия обучающихся с педагогическими работниками в ЭИОС.

С целью прохождения обучающимися образовательных программ в полном объеме каждый преподаватель дисциплины (модуля) самостоятельно определяет формы обучения по каждой дисциплине (модулю): скайп-конференции, онлайн-курсы, презентации, вебинары, общение через мессенджеры, электронную почту, социальные сети. Ответственный за организацию технического сопровождения перехода на реализацию образовательных программ с применением исключительно ДОТ создает в облачном хранилище (Google-диск, Яндекс.диск и др.) систему контроля выдачи заданий обучающимся.

В рамках этой работы при освоении курса по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» проводятся видеолекции, вебинары по организации самостоятельной работы студентов на основе учебно-методических комплексов, вебинары по сложным темам курса, вебинары практической направленности, тематические, проблемные, задачные и консультационные форумы, форумы по организации самостоятельной работы студентов, образовательные вебквесты, индивидуальные и групповые видеоконсультации и др.

Промежуточная, итоговая, государственная итоговая аттестация обучающихся с использованием дистанционных образовательных технологий осуществляется через автоматизированное тестирование, выполнение письменных работ, проведение устных экзаменов, зачетов, собеседований, формирование и оценивание портфелей обучающихся, проведение учебных вебконференций и др.

Основой учебно-методического обеспечения контактной работы обучающихся с преподавателем является учебно-методический комплекс по дисциплине «Дизайн рекламной продукции», размещенный в электронной

информационно-образовательной среде университета и включающий комплект электронных образовательных ресурсов, обеспечивающих все виды работы в соответствии с программой учебного предмета «Дизайн рекламной продукции».

*Организация контактной работы в ЭИОС по освоению дисциплины «Дизайн рекламной продукции».*

Организация контактной работы при реализации учебных занятий по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» в ЭИОС (иначе – онлайн-занятий) может осуществляться при непосредственном включении в образовательную деятельность элементов систем и сервисов ЭИОС, позволяющих установить синхронное либо асинхронное взаимодействие между обучающимися и педагогическими работниками. Организация образовательной деятельности в ЭИОС ВГТУ в форме контактной работы возможна за счет использования элементов таких систем и сервисов как:

- Электронная информационно-образовательная среда ВГТУ - <http://eios.vorstu.ru/>, которая позволяет организовать образовательный процесс посредством использования информационно-образовательных технологий и сервисов ЭИОС; обеспечить доступ обучающихся и преподавателей к информационно-справочным и информационным образовательным ресурсам ЭИОС университета посредством использования информационно-коммуникационных технологий и сервисов ЭИОС, а также обеспечить эффективные коммуникации и взаимодействие всех участников образовательного процесса.
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>.
- Электронные библиотечные системы и научная библиотека ВГТУ.
- «Студенческий чат ВГТУ» – web приложение для взаимодействия преподавателей и студентов, элементы которого предполагают возможность обратной связи со стороны преподавателя в виде комментария или оценки работы обучающегося и могут быть использованы для организации всех видов учебных занятий, в частности по дисциплине «Дизайн рекламной продукции».

При организации в ЭИОС лекций, разъяснительной части практических занятий, консультаций по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» активно используется сервис видеоконференций в системе Zoom для проведения:

- лекций;
- практических занятий;
- семинаров по организации самостоятельной работы студентов;
- консультации по сложным темам курса и др.

При осуществлении контактной работы применяются и иные формы взаимодействия со студентами. Эффективным инструментом контактной работы при освоении дисциплины «Дизайн рекламной продукции» являются корпоративные группы кафедры «Связи с общественностью» в социальной сети ВКонтакте для размещения актуального обучающего контента:

«Profi comunica» <https://vk.com/club1933500754>;

Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» - <https://vk.com/club31511967>.

Для организации консультаций по дисциплине «Дизайн рекламной продукции» используется сервис «Чат» и «Беседа» ВКонтакте группы кафедры «Связи с общественностью» [https://vk.com/pr\\_vgasu](https://vk.com/pr_vgasu).

При организации контактной работы в ЭИОС в рамках одного учебного занятия по одной теме дисциплины «Дизайн рекламной продукции» возможно использование нескольких элементов контактной работы.

При использовании комбинации ресурсов дистанционного обучения для студентов размещается актуальная информация о регламенте изучения всего курса дисциплины «Дизайн рекламной продукции» (или отдельной темы) для обеспечения их связи в учебной работе студента посредством гиперссылок и поясняющего текста.

При использовании комбинации элементов также возможно использование элементов и ресурсов ЭИОС, не предполагающих взаимодействия между обучающимися и педагогическими работниками для организации вводной части занятия, актуализации пройденного учебного материала, обеспечения дополнительной образовательной активности и т.д. – в качестве вспомогательных элементов и ресурсов при их сочетании с элементами контактной работы используется, например, *электронная почта преподавателя*.

Примечание: *сокращения, определения и ссылки.*

ДОТ – дистанционные образовательные технологии.

ЭИОС – Электронная информационно-образовательная среда университета  
- <http://eios.vorstu.ru/>.

«Студенческий чат ВГТУ» – web-приложение для взаимодействия

преподавателей и студентов.

«Profi comunica» <https://vk.com/club1933500754>; Студенческая лаборатория «PR прямого действия. Мастерская профессионалов» <https://vk.com/club31511967> –корпоративные группы в социальной сети ВКонтакте для студентов и преподавателей для размещения актуального обучающего контента.

## **Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **Основная литература**

1. Леватаев, В. В. Графические техники: Учебно-методическое пособие / Леватаев В. В. - Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2012. - 60 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/22306.html>
2. Основы и язык визуальной культуры: Учебное пособие / сост.: Н. П. Приказчикова, И. В. Беседина. - Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2014. - 64 с. - ISBN 978-5-93026-025-0. URL: <http://www.iprbookshop.ru/24040.html>
3. Молочков, В. П. Основы работы в Adobe Photoshop CS5: учебное пособие / Молочков В. П. - Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2011. - 132 с. URL: <http://www.iprbookshop.ru/16716.html>
4. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; ред. Л. М. Дмитриева. - Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования; 2021-02-20. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с. - Лицензия до 20.02.2021. - ISBN 978-5-238-01525-5. URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html>

### **Дополнительная литература**

1. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие / Овчинникова Р.Ю. - Электрон. текстовые данные. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/12849>