

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

20 мая 2025 г.

Рабочая программа дисциплины
«Компьютерный дизайн в рекламе»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения
очная

Программа рассмотрена
на заседании кафедры
от «14» апреля 2025 года, протокол № 5

Программа одобрена НМК
исторического факультета
протокол № 1 от «22» апреля 2025 года

Ярославль

1. Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний, умений и навыков по основам компьютерного дизайна и информационного построения, функционирования и развития сферы рекламы и PR в системе Интернет, а также знакомство с основными достижениями в компьютерном дизайне в области телекоммуникаций, сетевых структур, информационных систем.

Задачи дисциплины:

- знакомство с технической стороной компьютерного дизайна;
- освоение теоретических основ компьютерного дизайна в рекламе;
- изучение методик и практических приемов, применяемых в компьютерном дизайне рекламы;
- изучение систем инструментария компьютерных технологий.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Компьютерный дизайн в рекламе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 и преподается на 4 курсе. Она основывается на знаниях, полученных слушателями при изучении дисциплин: «Цифровые коммуникации», «Интернет и электронные презентации», «Теория и практика рекламы».

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
Универсальные компетенции		
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-УК-2.4 Проектирует решение задачи, выбирая оптимальный способ решения ее решения.	Знать: <ul style="list-style-type: none">- основные понятия разработки фирменного стиля;- психологические аспекты, связанные с влиянием на потребителя, в рекламных и социальных проектах;- основные способы распространения рекламы. Уметь: <ul style="list-style-type: none">- разработать фирменный стиль предприятия;- работать с графическими редакторами;- организовать распространение рекламы. Владеть: <ul style="list-style-type: none">- приемами создания рекламы.

Профессиональные компетенции		
ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами	ИД-ПК-1.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знать: <ul style="list-style-type: none"> - основные направления развития компьютерного дизайна в рекламной сфере; - основные понятия композиции и цвета. Уметь: <ul style="list-style-type: none"> - работать с растровой графикой в графических редакторах, используя стандартные объекты, рисование, редактирование уже созданных или сканированных изображений; - создавать пользовательские кисти, заливать области; - работать с цветовыми каналами, фильтрами; - выполнять творческую работу в виде рекламного буклета, плаката, коллажа, товарного знака, логотипа и т.д. Владеть: <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в программах AdobePhotoshop, AdobeIllustrator, CorelDraw; - навыками создания собственных дизайнерских рекламных интернет-проектов и проведения рекламной деятельности в глобальной компьютерной сети.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)					Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Контактная работа						
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа	
1	Бриф	8		4		1		13	Презентация, реферат

2	Композиция и цвет	8		4				13	Презентация, реферат
3	Эскиз	8		4		1		13	Презентация
4.	Презентация эскизов. Выбор оптимального эскиза	8		4				13	Презентация
5.	Работа над выбранным эскизом	8		4		1		13	Презентация
6.	Финальная презентация проекта	8		4				13	Презентация
7.	Социальный плакат. Шрифт. Иллюстрация	8		4		1		13	Презентация, реферат
8.	Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw	8		6				13	Презентация
							0,3	1,7	Зачет
	Всего:			34		4	0,3	105,7	

Содержание разделов дисциплины

1. Бриф. Умение правильно составить техническое задание или бриф к проекту, залог успешного выполнения проекта. Рассматриваем основные моменты, которые надо учесть, на что обратить внимание. Анализ текущей ситуации: планы развития компании, анализ конкурентов, выявление отличий компании от конкурентов, «большая идея». Сроки и затраты. Как правильно учитывать желания заказчика.

2. Композиция и цвет. Основные понятия о композиции, какие виды бывают и как их применять. Психологическая составляющая в композиции. Основы цвета, как правильно сочетать цвета.

3. Эскиз. Использование разных техник для создания эскиза логотипа. Мозговой штурм, как один из коллективных способов создания креативных идей. Разные стили в дизайне логотипов. Похожие идеи — не трагедия. Создание эскизов на бумаге и с использованием программы Adobe Photoshop.

4. Презентация эскизов и выбор лучшего. Умение правильно презентовать свои идеи является залогом успеха. Отбор эскизов для презентации. Доведение их до четкой идеи и формы.

5. Работа над выбранным эскизом. Доведение выбранного эскиза до совершенства и готового продукта. Использование программ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw. Определение условий использования логотипа и составление списка печатной продукции.

6. Финальная презентация проекта. Презентация фирменного стиля. Умение все оформить в едином стиле.

7. Социальный плакат. Цель, предмет, задачи, виды. Создание плаката на социальную тему.

Шрифт. Каллиграфия и типографика. Влияние шрифта на читабельность и на восприятие предмета.

Иллюстрация. Что такое иллюстрация. Связь текста и изображения. Аллегоричность.

8. Обучающие уроки по работе в Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw. Учимся философии программ и приемам, помогающим быстро и качественно выполнять задачи, поставленные перед нами.

5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Вводная лекция – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных на лекции знаний.

Консультации – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются: для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- издательская система LaTeX;
- Adobe Acrobat Reader.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT»
http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php
- научная электронная библиотека (НЭБ) <http://elibrary.ru>
- электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/>

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины

а) основная литература

1. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. - 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 119 с. // Образовательная платформа Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/563931>
2. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025 -119 с. // Образовательная платформа Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/565340>

б) дополнительная литература

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 449 с. // Образовательная платформа Юрайт. - URL: <https://urait.ru/bcode/560545>

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:

Ассистент кафедры рекламы
и связей с общественностью

А.В. Соколова

**Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины
«Компьютерный дизайн в рекламе»**

**Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине
«Компьютерный дизайн в рекламе»**

**1. Типовые контрольные задания или иные материалы,
необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,
характеризующих этапы формирования компетенций**

**Контрольные задания и иные материалы,
используемые в процессе текущей аттестации
(проверка сформированности УК-2: ИД-УК-2.1, ПК-1: ИД-ПК-1.1)**

Темы рефератов и презентаций:

1. Бриф.
2. Композиция и цвет: понятие и виды композиции.
3. Эскиз: техники для создания эскиза логотипа.
4. Презентация эскизов.
5. Использование программ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw.
6. Определение условий использования логотипа и составление списка печатной продукции.
6. Презентация фирменного стиля.
7. Социальный плакат: Цель, предмет, задачи, виды. Создание плаката на социальную тему.
8. Шрифт. Каллиграфия и типографика.
9. Влияние шрифта на чтение и восприятие предмета.
9. Иллюстрация.
10. Связь текста и изображения. Аллегоричность.

Критерии оценивания рефератов

Написание реферативной работы следует начать с изложения плана темы, который обычно включает 3-4 пункта. План должен быть логично изложен, разделы плана в тексте обязательно выделяются. План обязательно должен включать в себя введение и заключение.

Во введении формулируются актуальность, цель и задачи реферата; в основной части рассматриваются теоретические проблемы темы и практика реализации в современных политических, экономических и социальных условиях; в заключении подводятся основные итоги, высказываются выводы и предложения.

Реферат завершается списком использованной литературы.

Задачи студента при написании реферата заключаются в следующем:

1. логично и по существу изложить вопросы плана;
2. четко сформировать мысли, последовательно и ясно изложить материал, правильно использовать термины и понятия;
3. показать умение применять теоретические знания на практике;
4. показать знание материала, рекомендованного по теме.

Необходимо соблюдать сроки и правила оформления реферата. План работы составляется на основе программы курса. Работа должна быть подписана и датирована, страницы пронумерованы; в конце работы дается список используемой литературы.

Объем реферата должен быть не менее 12-18 стр. машинописного текста (аналог – компьютерный текст Time New Roman, размер шрифта 14 через полтора интервала), включая титульный лист.

Оценка **«отлично»** выставляется, если работа студента написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения студента обоснована, в работе присутствуют ссылки на нормативно-правовые акты, примеры из судебной практики, мнения известных учёных в данной области. Студент работе выдвигает новые идеи и трактовки, демонстрирует способность анализировать материал.

Оценка **«хорошо»** выставляется, если работа студента написана грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения студента обоснована, в работе присутствуют ссылки на нормативно-правовые акты, примеры из судебной практики, мнения известных учёных в данной области.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется, если студент выполнил задание, однако не продемонстрировал способность к научному анализу, не высказывал в работе своего мнения, допустил ошибки в логическом обосновании своего ответа.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется, если студент не выполнил задание, или выполнил его формально, ответил на заданный вопрос, при этом не ссылаясь на мнения учёных, не трактовал нормативно-правовые акты, не высказывал своего мнения, не проявил способность к анализу, то есть в целом цель реферата не достигнута.

2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

На зачете проверяется сформированность компетенций УК-2 и ПК-1 на основе проверки теоретического материала. При этом учитывается сформированность навыков и умений на практических занятиях во время работы в семестре.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, у которого сформированы компетенции, получены достаточно полные ответы во время устного собеседования по вопросам.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, у которого компетенции не сформированы.

Список вопросов к зачету

(проверка сформированности УК-2: ИД-УК-2.1, ПК-1: ИД-ПК-1.1)

1. Бриф.
2. Композиция: понятие и виды композиции.
3. Цвет. Правильное сочетание цветов.
4. Эскиз.
5. Техники для создания эскиза логотипа.
6. Использование программы Adobe Photoshop.
7. Использование программы Adobe Illustrator.
8. Использование программы Corel Draw.
9. Определение условий использования логотипа и составление списка печатной продукции.
10. Firmenный стиль.
11. Социальный плакат: Цель, предмет, задачи, виды.
12. Шрифт. Каллиграфия и типографика.
13. Влияние шрифта на чтение и восприятие предмета.
14. Иллюстрация.
15. Связь текста и изображения. Аллегоричность.

Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Компьютерный дизайн в рекламе»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Дисциплина «Компьютерный дизайн в рекламе» направлена на формирование у студентов знаний по основам компьютерного дизайна в рекламной сфере, а также знакомство с основными достижениями в этой области. Данная дисциплина формирует общетеоретический кругозор, профессиональные знания и практические навыки, необходимые бакалавру направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» для успешного осуществления профессиональной деятельности в информационном обществе.

Основной формой изложения учебного материала по дисциплине являются практические занятия, причем в достаточно большом объеме. Это связано с тем, что образовательные стандарты третьего поколения предъявляют повышенные требования к уровню знаний и компетенций будущих выпускников гуманитарных факультетов в сфере использования компьютерных технологий.

При необходимости проводятся консультации по разбору заданий для самостоятельной работы, которые вызвали затруднения.

В конце восьмого семестра изучения дисциплины студенты сдают зачет. Зачет принимается по билетам, каждый из которых включает в себя один вопрос.