

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 27.04.2024 12:22:58
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН

 В.В. Пленкина

30 08 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины:	Графический дизайн в маркетинге и рекламе
направления подготовки:	38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль):	Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности
форма обучения:	очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности» к результатам освоения дисциплины «Графический дизайн в маркетинге и рекламе».

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры ДАС
Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.

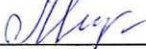
Заведующий кафедрой ДАС  А.И. Клименко

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы  А.А. Габудина

«30» 08 2021 г.

Рабочую программу разработал:

Л.А. Михайлова, старший преподаватель 

1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

изучение теоретических основ визуального дизайна, формирование понимания дизайна как средства, способного значительно улучшить результаты коммерческой деятельности.

Задачи дисциплины:

- познакомиться с направлениями, формами и способами участия дизайна в коммерческой деятельности;
- изучить возможности дизайна как инструмента проектирования рекламы;
- освоить приемы и методы построения рекламной композиции;
- освоить критерии оценки качества визуальной составляющей рекламы.

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Б1.ФТД.01 «Графический дизайн в маркетинге и рекламе» является факультативной дисциплиной, относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

знание:

- особенностей проектирования профессиональной деятельности; принципов разработки рекламных проектов;
- основ реализации стратегии продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли;

владение:

- нормами и моделями речевого поведения применительно к конкретной ситуации академического и профессионального взаимодействия;
- методами разработки цели и проведения анализа ресурсных возможностей, пути и способов достижения роста результативности маркетинговой и рекламной деятельности организации.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин:

- Б1.О.ДВ.01.22 Техника эффективной коммуникации;
 - Б1.В.16.01 Мерчандайзинг торговых предприятий;
- и служит основой для освоения дисциплин:
- Б1.В.15 Организация и управление коммерческой деятельностью;
 - Б1.В.ДВ.03.02 Коммуникации в торговле.

3 Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПКС-5 Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ПКС-5 И-6 Реализует систему маркетинговых коммуникаций в организации, в том числе в сфере торговли	Знать: - возможности дизайна как инструмента проектирования рекламы; - функциональные и эстетические требования, предъявляемые к рекламным продуктам; - принципы композиции и правила дизайна рекламы;

		<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять техническое задание на производство рекламного продукта, средств визуальной коммуникации; - оценивать качество рекламной продукции;
		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - представлением о проектировании визуальной составляющей рекламного продукта, точной и выразительной передаче рекламного сообщения; - приемами использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

4 Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 часов.

Таблица 2

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
очная	4/7	-	-	18	36	зачет

5 Структура и содержание дисциплины

5.1 Структура дисциплины.

Очная форма обучения ОФО

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Графическая композиция как средство создания эмоционального выразительного и действенного рекламного сообщения.	-	-	8	8	16	ПКС-5 И-6	Отчет по выполнению лабораторных работ
2	2	Дизайн как инструмент создания визуальных коммуникаций.	-	-	10	10	20	ПКС-5 И-6	Отчет по выполнению лабораторных работ
Итого:			0	0	18	18	36		

5.2 Содержание дисциплины.

5.2.1 Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Графическая композиция как средство создания эмоционального выразительного и действенного рекламного сообщения»

Тема 1.1. Знак и его проектирование

Тема 1.2. Типографика и фотография как средство графического дизайна

Тема 1.3. Цвет в дизайне рекламы

Тема 1.4. Конструкция как фактор привлечения внимания: инсталляция, рекламная установка, упаковка, витрина

Раздел 2. «Дизайн как инструмент создания визуальных коммуникаций.»

Тема 2.1. Особенности визуализации рекламного сообщения в зависимости от целей и этапов рекламной компании.

Тема 2.2. Оценка оптимальности проектного решения.

5.2.2 Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Лекционные занятия учебным планом не предусмотрены

Практические занятия

Практические занятия учебным планом не предусмотрены

Лабораторные работы

Таблица 5.2.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема занятия
		ОФО	
1	1	2	Знак и его проектирование
		2	Типографика и фотография как средство графического дизайна
		2	Цвет в дизайне рекламы
2	1	2	Конструкция как фактор привлечения внимания: инсталляция, рекламная установка, упаковка, витрина
3	2	6	Особенности визуализации рекламного сообщения в зависимости от целей и этапов рекламной компании.
4		Оценка оптимальности проектного решения.	
Итого:		18	

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
		ОФО		
1	1	8	Знак и его проектирование	подготовка презентации
			Типографика и фотография как средство графического дизайна	
			Цвет в дизайне рекламы	
			Конструкция как фактор привлечения внимания: инсталляция, рекламная установка, упаковка, витрина	
2	2	10	Особенности визуализации рекламного сообщения в зависимости от целей и этапов рекламной компании.	подготовка презентации
			Оценка оптимальности проектного решения.	

5.2.3 Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- лично-ориентированные технологии (лабораторные занятия);

- рейтинговые технологии (контроль);
- проблемно-развивающие технологии (лабораторные занятия, СРС);
- дистанционные технологии (СРС, контроль).

6 Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены

7 Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены

8 Оценка результатов освоения дисциплины

8.1 Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2 Система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций.

Результат освоения дисциплины – сдача зачета складывается из оценки работы обучающихся на лабораторных занятиях и результатов СРС

Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
	выполнение лабораторных работ	15
	защита выполненных работ	15
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
	выполнение лабораторных работ	15
	защита выполненных работ	15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	30
3 текущая аттестация		
	выполнение лабораторных работ	15
	защита выполненных работ	15
	отчет о СРС	10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	40
	ВСЕГО	100

9 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1 Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Перечень договоров ЭБС ТИУ БИК

№	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ http://elib.tyuiu.ru/	-

2	Договор № 03-189/2017 от 20.10.2017 об оказании услуг двухстороннего доступа к ресурсам научно-технической библиотеки ФГБОУ ВО РГУ Нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина http://elib.gubkin.ru/	с 20.10.2017 по 20.10.2019
3	Договор № Б173/2017 04-6/2018 от 09.01.2018 на оказание услуг двухстороннего доступа к ресурсам научно-технической библиотеки ФГБОУ ВПО УГНТУ http://bibl.rusoil.net	с 09.01.2018 по 26.12.2019
4	Договор № 04-7/2018 от 15.02.2018 об оказании услуг двухстороннего доступа к ресурсам научно-технической библиотеки ФГБОУ ВПО «Ухтинский государственный технический университет» http://lib.ugtu.net/books	с 15.02.2018 по 14.02.2020
5	Гражданско-правовой договор № 5064-19 от 31.07.2019 с ООО «Политехресурс» по предоставлению доступа к базе данных Консультант студента «Электронная библиотека технического ВУЗа» http://www.studentlibrary.ru	с 01.09.2019 по 31.08.2020

6	Договор № 5065-19 от 31.07.2019 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks с ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа» http://www.iprbookshop.ru/	с 01.09.2019 по 31.08.2020
7	Гражданско-правовой договор № 5066-19 от 31.07.2019 с ООО «Издательство ЛАНЬ» http://e.lanbook.com	с 01.09.2019 по 31.08.2020
8	Гражданско-правовой договор № 5068-19 от 09.07.2019 с ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ» на оказание услуг	с 09.07.2019 по 31.08.2020
9	Договор №886-18 от 03.12.2018г. на оказание услуг по предоставлению доступа к изданиям электронно-библиотечной системы eLibrary с ООО «РУНЭБ» http://elibrary.ru/ Количество пользователей неограниченно, онлайн-доступ с любой точки, где есть Интернет	с 01.01.2019 по 31.12.2019
10	Гражданско-правовой договор №5931-19 от 29.08.2019 с ООО «КноРус медиа» на оказание услуг по предоставлению доступа к электронно-библиотечной системе BOOK.ru https://www.book.ru	с 01.09.2019 по 31.08.2020

9.3 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства: Windows 8; MS Office Professional Plus, CorelDRAW

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины/модуля	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины/модуля (демонстрационное оборудование)
1.	—	Комплект мультимедийного оборудования: проектор, экран, компьютер, акустическая система. Локальная и корпоративная сеть

11 Методические указания по организации СРС

В процессе подготовки к занятиям необходимо воспользоваться материалами учебно-методического комплекса дисциплины.

Важнейшей особенностью обучения в высшей школе является высокий уровень самостоятельности студентов в ходе образовательного процесса. Приступая к самостоятельной работе, необходимо получить следующую информацию:

- цель изучения конкретного учебного материала;
- место изучаемого материала в системе знаний, необходимых для формирования специалиста;
- перечень знаний и умений, которыми должен овладеть студент;
- порядок изучения учебного материала;
- источники информации;
- наличие контрольных заданий;
- форма и способ фиксации результатов выполнения учебных заданий;
- сроки выполнения самостоятельной работы.

Эта информация представлена в учебно-методическом комплексе дисциплины.

При выполнении самостоятельной работы рекомендуется: записывать ключевые слова и основные термины, составлять словарь основных понятий, писать краткие рефераты по изучаемой теме. Результатом самостоятельной работы должна быть систематизация и структурирование учебного материала по изучаемой теме, включение его в уже имеющуюся у студента систему знаний.

В процессе подготовки к зачету необходимо систематизировать, запомнить учебный материал, научиться применять его при решении конкретных задач по графическому дизайну.

Основными способами приобретения знаний, как известно, являются: чтение учебника и дополнительной литературы, рассказ и объяснение преподавателя, решение тестов, поиск ответа на контрольные вопросы.

Приобретение новых знаний идет в несколько этапов:

- знакомство;
- понимание, уяснение основных закономерностей строения и функционирования изучаемого объекта, выявление связей между его элементами и другими подобными объектами;
- фиксация новых знаний в системе имеющихся знаний;
- запоминание и последующее воспроизведение;
- использование полученных знаний для приобретения новых знаний, умений и навыков и т.д.

Приобретение новых знаний требует от учащегося определенных усилий и активной работы на каждом этапе формирования знаний. Знания, приобретенные учащимся в ходе активной самостоятельной работы, являются более глубокими и прочными.

В ходе обучения студент сталкивается с необходимостью понять и запомнить большой по объему учебный материал. Запомнить его очень важно, так как даже интеллектуальные и операционные умения и навыки для своей реализации требуют определенных теоретических знаний.

Важнейшим условием для успешного формирования прочных знаний является их упорядочивание, приведение их в единую систему.

Аудиторное занятие должно ориентировать студента на организацию самостоятельной работы. С этой целью на каждом занятии должна быть предусмотрена самостоятельная работа студентов под контролем преподавателя, во время выполнения которой студент может обратиться к преподавателю с вопросом,

получить на него ответ. Сам процесс организации самостоятельной работы на занятии должен служить образцом организации самостоятельной деятельности студента. Очень полезна организация самостоятельной работы со взаимопроверкой студентами работ друг друга. Это развивает умение осуществлять контроль и коррекцию результатов своего собственного труда.

Обучающемуся рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые обучающийся получает в аудитории.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина **Графический дизайн в маркетинге и рекламе**

Код, направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**

Направленность (профиль) **Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности**

Код компетенции	Код, наименования ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-5	ПКС-5 И-6 Реализует систему маркетинговых коммуникаций в организации, в том числе в сфере торговли	Знать: - возможности дизайна как инструмента проектирования рекламы; - функциональные и эстетические требования, предъявляемые к рекламным продуктам; - принципы композиции и правила дизайна рекламы.	- не называет возможности дизайна как инструмента проектирования рекламы; - не называет функциональные и эстетические требования, предъявляемые к рекламным продуктам; - не может перечислить принципы композиции и правила дизайна рекламы.	- называет не все возможности дизайна как инструмента проектирования рекламы; - называет не все функциональные и эстетические требования, предъявляемые к рекламным продуктам; - допускает ошибки перечисляя принципы композиции и правила дизайна рекламы.	- допускает незначительные неточности, называя возможности дизайна как инструмента проектирования рекламы; - называет функциональные и эстетические требования, предъявляемые к рекламным продуктам; - допускает незначительные ошибки перечисляя принципы композиции и правила дизайна рекламы.	- уверенно называет возможности дизайна как инструмента проектирования рекламы, приводит примеры; - ранжирует и называет функциональные и эстетические требования, предъявляемые к рекламным продуктам; - без ошибок перечисляет принципы композиции и правила дизайна рекламы.
		Уметь: - составлять техническое задание на производство рекламного продукта, средств визуальной коммуникации; - оценивать качество рекламной продукции.	- не умеет составлять техническое задание на производство рекламного продукта, средств визуальной коммуникации; - не умеет оценивать качество рекламной продукции.	- с трудом составляет техническое задание на производство рекламного продукта, средств визуальной коммуникации; - допускает значительные ошибки, оценивая качество рекламной продукции.	- допускает незначительные неточности, составляя техническое задание на производство рекламного продукта, средств визуальной коммуникации; - допускает незначительные ошибки, оценивая качество рекламной продукции.	- без ошибок составляет техническое задание на производство рекламного продукта, средств визуальной коммуникации; - уверенно оценивает качество рекламной продукции.
		Владеть: - представлением о проектировании визуальной составляющей рекламного продукта, точной и выразительной передаче рекламного сообщения; - приемами использования информационно-	- не владеет представлением о проектировании визуальной составляющей рекламного продукта, точной и выразительной передаче рекламного сообщения; - не владеет приемами использования	- владеет не полным представлением о проектировании визуальной составляющей рекламного продукта, точной и выразительной передаче рекламного сообщения; - частично владеет приемами использования	- владеет представлением о проектировании визуальной составляющей рекламного продукта, точной и выразительной передаче рекламного сообщения, допуская незначительные ошибки; - владеет приемами	- владеет необходимым представлением о проектировании визуальной составляющей рекламного продукта, точной и выразительной передаче рекламного сообщения; - владеет в достаточной мере приемами

		коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки.	использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.
--	--	--	--	--	--	--

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина **Графический дизайн в маркетинге и рекламе**

Код, направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**

Направленность **Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности**

№ п/п	Название учебного и учебно-методического издания, автор, издательство, вид, год издания	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обуч-ся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обуч-ся литер-ой, %	Наличие эл.варианта в ЭБС ТИУ
1	Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 239 с. - Текст : непосредственный.	15	30	100	-
2	Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/87990.html	ЭР*	30	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru>.

Руководитель образовательной программы _____ *А.А.Габудина* А.А.Габудина

30.08 2021 г.

Директор БИК _____ Д. Х. Каюкова



_____ 2021 г.

Возласова БИК *Мися* *М И И* *Эл. ресурсы*