

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

_____ Ю. А. Жадаев

« 22 » апреля 2024 г.

Дизайн рекламно-коммуникационного продукта

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Волгоград
2024

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
« 27 » февраля 2024 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой _____ Калачев А.В. « 27 » февраля 2024 г.
(подпись) (зав. кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета института психолого-педагогического
и социального образования « 18 » марта 2024 г., протокол № 7

Председатель учёного совета Зотова Н.Г. _____ « 18 » марта 2024 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 22 » апреля 2024 г., протокол № 9

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____ _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____ _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Боровицкая Юлия Витальевна, к.п.н., доцент кафедры социальной работы ФГБОУ ВО
ВГСПУ.

Программа дисциплины «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» соответствует
требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с
общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской
Федерации от 8 июня 2017 г. N 512 С изменениями и дополнениями от: 26 ноября 2020 г., 8
февраля 2021 г) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и
связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому
Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 22 апреля 2024 г., протокол № 9).

1. Цель освоения дисциплины

Выработать у будущих специалистов профессиональные умения и навыки определения путей и способов этического и научно-обоснованного освещения социальной проблематики посредством рекламно-коммуникационных продуктов за счет углубления системы знаний в области дизайна.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Политическая реклама», «Социальная реклама», «Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью», «Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий», «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Подготовка проектной и сопровождающей документации», «Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации)», «Рекламное обеспечение проектных мероприятий», «Формы коммуникации в проектной деятельности».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

- способен создавать и редактировать информационные ресурсы (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- основы дизайнерского искусства в целом, их реализацию в социальной и коммерческой сфере;
- основное содержание рекламно-коммуникационного продукта, его виды и сферы применения;
- виды, типы и содержание различных рекламных продуктов;
- основные принципы презентации социальных проблем в СМИ посредством рекламно-коммуникационных продуктов;

уметь

- подбирать стиль, дизайнерские решения и модели оформления продуктов в зависимости от социального запроса;
- определять критерии и степень востребованности продуктов, а также прогнозировать тенденции развития запросов;
- варьировать содержание и дизайнерское решение в соответствии с запросом руководства, целевой аудитории и востребованности продукта;
- создавать рекламно-коммуникационные продукты для различных СМИ и целевых аудиторий;

владеть

- навыками различных видов дизайна как самостоятельно так и включения в процесс профессиональных дизайнеров;
- знаниями и навыками в области разработки рекламно-коммуникационных продуктов, методами распределения продуктов в социальной жизни общества;
- навыками анализа, применения типовых и нестандартных решений в разработке различных продуктов;
- основами нестандартных дизайнерских решений для актуализации освещаемых проблем.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		6
Аудиторные занятия (всего)	30	30
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10
Практические занятия (ПЗ)	20	20
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	78	78
Контроль	–	–
Вид промежуточной аттестации		ЗЧ
Общая трудоёмкость	108	108
	часы	
	зачётные единицы	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Основы дизайнерского искусства	Понятие дизайна. Значение дизайна в рекламе
2	Понятие и содержание рекламно-коммуникационного продукта	Рекламно-коммуникационный продукт. Содержание, виды и значение в рекламе
3	Структура и классификация рекламно-коммуникационных продуктов	Структура отдельных рекламных продуктов
4	Место и роль рекламно-коммуникационных продуктов в связях с общественностью и рекламе	Рекламно-коммуникационные продукты в СМИ. Их важность и значение

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
-------	---------------------------------	-------	-------------	-----------	-----	-------

1	Основы дизайнерского искусства	4	4	–	19	27
2	Понятие и содержание рекламно-коммуникационного продукта	3	4	–	19	26
3	Структура и классификация рекламно-коммуникационных продуктов	–	4	–	20	24
4	Место и роль рекламно-коммуникационных продуктов в связях с общественностью и рекламе	3	8	–	20	31

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Романов, А. А. Управление рекламными кампаниями в СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин ; А. А. Романов. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 328 с. - ISBN 978-5-374-00396-3.

6.2. Дополнительная литература

1. Актуальные исследования в области психолого-социальной работы [Электронный ресурс] : материалы заочной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых / Ж. К. Абиьгазиева [и др.] ; Ж. К. Абиьгазиева. - Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный институт психологии и социальной работы, 2011. - 173 с. - ISBN 978-5-98238-024-1...

2. Волкова, В. В. Правовые основы социальной защиты государственных служащих. Пенсии за выслугу лет. Пожизненное содержание судей [Электронный ресурс] : Учебно-практическое пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / В. В. Волкова, И. В. Карданова ; В. В. Волкова. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 383 с. - ISBN 978-5-238-02457-8...

3. Захарова, Т. И. Социальное страхование и социальная защита [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т. И. Захарова ; Т. И. Захарова. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 244 с. - ISBN 978-5-374-00266-9.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.

2. Портал учебной документации Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://matrix19.vspu.ru>.

3. Список социальных сайтов. URL: <https://psysocwork.ru/>.

4. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL: <https://www.raso.ru/>.

5. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Дистанционное консультирование СРС на образовательном портале ВГСПУ <http://edu.vspu.ru>.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Технологии электронной почты (асинхронное взаимодействие в сети Интернет).

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Комплект переносного презентационного оборудования.
3. Учебная аудитория для проведения практических занятий.
4. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
5. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.