

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

Учебный центр «Арт-дизайн»  
**ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ**

**Рабочая программа дисциплины**

Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность «Современные коммуникации и реклама»

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения – очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2022

*Дизайн в рекламе*  
Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):  
*Доцент УЦ «Арт-дизайн» В.В. Иванов*

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры  
№ 6 от 17.03.2022

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

### **1. Пояснительная записка**

1.1 Цель и задачи дисциплины «Дизайн в рекламе»

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине «Дизайн в рекламе»

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

### **2. Структура дисциплины «Дизайн в рекламе»**

### **3. Содержание дисциплины (модуля)**

### **4. Образовательные технологии**

### **5. Оценка планируемых результатов обучения**

5.1. Система оценивания 5.2. Критерии

выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

### **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

### **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

### **9. Методические материалы**

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

## **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины «Дизайн в рекламе»

Дисциплина «Дизайн в рекламе» является обязательной дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется УЦ «Арт-дизайн» на факультете рекламы и связей с общественностью.

*Цель дисциплины:* подготовка специалиста для практической работы в рекламной индустрии, приобретение знаний и навыков в понимании роли дизайнера для продвижения товаров и услуг.

*Задачи:*

- овладеть основами вербального, невербального креатива в рекламной практике;
- овладеть практическими навыками в области создания рекламных дизайн-объектов на различных рекламных носителях;
- приобщить студентов к опыту ведущих теоретиков и практиков рекламы
- Выработать у студентов профессиональный подход в создании рекламной продукции;
- Научить видеть и контролировать процесс создания качественного рекламного продукта;
  
- Научить проектно мыслить;
- Уметь ориентироваться в современных мировых процессах в рекламе;
- Использовать возможности креативного дизайнерского решения;
- Освоить и применять на практике полученные знания;
- Овладеть профессиональной терминологией.

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине «Дизайн в рекламе» (модулю):

Коды компетенции	Индикаторы компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3. Понимает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.	<p><b>Знать:</b> социально-исторический, этический и философский контексты развития общества</p> <p><b>Уметь:</b> понимать межкультурное разнообразие общества</p> <p><b>Владеть:</b> навыками восприятия межкультурного разнообразия общества в его различных контекстах</p>

ПК-5 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-5.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	<p>Знать: современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций</p> <p>Уметь: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций в профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: навыками подготовки и реализации коммуникационного продукта с использованием современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций</p>
--	---	---

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Дизайн в рекламе» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины «Дизайн в рекламе» необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Философия
- История
- История России
- Всеобщая история
- Основы теории коммуникации
- Психология рекламы и связей с общественностью
- Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью
- История рекламы
- Поведение потребителей

В результате освоения дисциплины «Дизайн в рекламе» формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Разработка и технология производства рекламного продукта: печатная реклама
- Современные интернет-коммуникации
- Основы профессиональной деятельности
- Наружная и внутренняя реклама
- Фирменный стиль
- Преддипломная практика

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме презентации на выбранную тему и проектов элемента фирменной идентификации, промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой и экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## 2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет \_4\_ з.е., 144 академических часа (ов)

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	20
4	Семинары/лабораторные работы	36
Всего:		56

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 70 академических часа(ов).

### Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	12
5	Семинары/лабораторные работы	20
Всего:		32

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 94 академических часа(ов).

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4/5	Лекции	8
5	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		16

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 119 академических часа(ов).

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	<i>Раздел 1</i> <b>Введение.</b> Цели и задачи дисциплины. История возникновения и развития рекламы.	Понятие о рекламе, её определение. Предмет и методологические основы дисциплины. Цели и задачи рекламы. Виды рекламной деятельности. Основные требования, предъявляемые к рекламе. Взаимосвязь предмета с другими дисциплинами. Реклама в государствах Древнего мира. Развитие рекламы в Западной Европе и Соединённых Штатах Америки. Реклама в России.
2.	<i>Раздел 2</i> <b>Классификация рекламных средств</b>	Основные признаки классификации рекламных средств. Основные элементы средств рекламы и требования, предъявляемые к ним. Выбор рекламных средств. Выбор цели рекламного мероприятия. Рекламные средства и их применение: реклама в прессе, печатная реклама, аудиовизуальная реклама, радио- и телереклама, выставки и ярмарки, рекламные сувениры, прямая почтовая реклама, наружная реклама, мероприятия пиара, компьютеризированная реклама.
3.	<b>Раздел 3. Дизайн в рекламе</b>	Общие сведения об изображении в рекламе. Классификация графических изображений и их характеристика. Требования, предъявляемые к изображениям. Эстетическое изображение рекламного образа. Типологии объектов рекламного дизайна. Психологическое воздействие рекламного изображения на человека. Эффективность применения графических изображений в рекламе.
4.	<b>Раздел 4. Правовое регулирование рекламной деятельности</b>	Роль Федерального закона «О рекламе» в организации и управлении рекламной деятельностью. Основные нормы

		регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Кодекс рекламной практики и его содержание.
--	--	---

#### 4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	<p><i>Раздел 1</i>  <b>Введение.</b> Цели и задачи дисциплины.  История возникновения и развития рекламы.</p>	<p><i>Лекция .</i></p> <p><i>Семинар .</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</i></p> <p><i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i></p> <p><i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i></p>
2.	<p><i>Раздел 2</i>  <b>Классификация рекламных средств</b></p>	<p><i>Лекция .</i></p> <p><i>Семинар .</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</i></p> <p><i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i></p> <p><i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i></p>

3.	<i>Раздел 3 Дизайн в рекламе ...</i>	<i>Лекция .</i> <i>Семинар .</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</i> <i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>
4.	<i>Раздел 4. Правовое регулирование рекламной деятельности</i>	<i>Лекция .</i> <i>Семинар .</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов</i> <i>Развернутая беседа с обсуждением доклада</i> <i>Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты</i>

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания<sup>2</sup>

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Например:

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (защита проекта)		40 баллов
<b>Итого за семестр (дисциплину)</b>		100
экзамен		баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0–19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине «Дизайн в рекламе»

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине «Дизайн в рекламе»
100-83/ A,B	«отлично»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
--	--	--

67-50/ D,E	«удовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Дизайн в рекламе».

При реализации программы дисциплины «Дизайн в рекламе» используются проблемный метод изложения материала, с активным привлечением компьютерного обеспечения.

Темы семинаров отражают последовательность тем изучения курса, предполагая обсуждение докладов и дискуссии по ключевым проблемам современного дизайна и рекламы.

Семинарские занятия могут проходить в различной форме – обсуждение заданных планом вопросов, обсуждение докладов и рефератов, дискуссии, рассмотрение конкретных проблем.

Выбор тем для семинарских занятий обосновывается методической взаимосвязью с программой курса и строится на ключевых, узловых темах курса. Планы семинарских занятий подготовлены в соответствии с программой лекционного курса.

Задания к семинарским занятиям могут быть обязательными для выполнения в аудитории или даваться для самостоятельной работы дома.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателей (консультации и помощь в написании рефератов, эссе и при выполнении тематических заданий).

Помимо традиционных методов и форм учебной деятельности, в курсе предусматривается применение ряда инновационных способов и форм преподавания. В частности, используются **интерактивные методы обучения** с активным взаимодействием между студентом и преподавателем, а также между самими студентами. Это **могут быть ролевые игры, групповое обсуждение конкретных проблем.**

В курсе «Дизайн и рекламные технологии» важным элементом обучения является **информационно-компьютерное сопровождение** занятий. На семинарских занятиях в ряде случаев используются подготовленные студентами компьютерные **презентации докладов.** Они позволяют активизировать познавательные

способности обучающихся, а также сформулировать четкие практические рекомендации для будущей профессиональной деятельности.

Используется также **проблемно-диалоговый метод** организации лекций и проведения семинарских занятий. Реализация его в данном курсе предполагает создание проблемных ситуаций при рассмотрении поставленных вопросов с активным привлечением аудитории, полемический характер и рассуждающую манеру изложения учебного материала и постановку проблемных вопросов. В курсе «Дизайн в рекламе» используется тестирование, применяются практические домашние задания.

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

### 6.1. Список источников и литературы

1. Немцова, Тамара Игоревна. Компьютерная графика и Web-дизайн. Практикум [Электронный ресурс] : Учебное пособие. - Москва ; Москва : Издательский Дом "ФОРУМ" : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - 288 с. - ISBN 978-5-8199-0343-8.

Режим доступа -

<https://new.znaniium.com/read?id=344626>

2. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с.: ISBN 978-5-9729-0217-0.

Режим доступа - <https://new.znaniium.com/read?id=326346>

### б) дополнительная литература:

1. Быстрова, Т. Философия дизайна: Учебно-методическое пособие / Быстрова Т., - 3-е изд., стер. - Москва :Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 128 с.

Режим доступа - <https://new.znaniium.com/read?id=303310>

2. Аббасов, И. Б. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3 [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. Б. Аббасов. - Москва : ДМК

Пресс, 2009. - 224 с.: ил. - ISBN 978-5-94074-411-5. Режим доступа - <https://new.znaniium.com/read?id=77083>

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

*Библиографические записи электронных ресурсов составляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».*

1. <http://olegti.design.ru>

2. [www.designet.ru](http://www.designet.ru)

3. [www.sreda.boom.ru](http://www.sreda.boom.ru)

4. [www.forma.spb.ru](http://www.forma.spb.ru)

5. [www.rosdesign.ru](http://www.rosdesign.ru)

6. [www.deforum.ru](http://www.deforum.ru)

7. [www.index.ru](http://www.index.ru)

8. [www.kak.ru](http://www.kak.ru)

9. [www.expert.ru](http://www.expert.ru)

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)  
Cambridge University Press  
ProQuest Dissertation & Theses Global  
SAGE Journals  
Taylor and Francis  
JSTOR

## 6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsu.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Дизайн в рекламе»

Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам по истории искусства. Это необходимо для самостоятельной работы с источниками, подготовки к семинарам и написанию реферата. Занятия по дисциплине проводятся в лекционных аудиториях с медийным оборудованием (512 ауд. – 1 компьютер преподавателя, экран, проектор, маркерная доска, система звукоусиления; 378, 315 ауд. (7 корп.) – 1 компьютер преподавателя, проектор; Большой выставочный зал (6 корпус) – 1 компьютер преподавателя, проектор)

Самостоятельная работа студентов проходит в специальных помещениях: Читальный зал библиотеки, Режим работы: понедельник-пятница 10.00-20.00, суббота 10.00-17.00. и 310 ауд. (5 корпус), которые оборудованы персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет», а также имеют доступ в электронную информационно-образовательную среду университета. Для обеспечения дисциплин используется материально-техническая база: компьютерные классы и научная библиотека РГГУ.

Для проведения лекционных, семинарских занятий и проектной деятельности использовано лицензионное программное обеспечение, предоставленное РГГУ:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security
4. Adobe Master Collection
5. AutoCAD
6. Archicad
7. SPSS Statistics
8. ОС «Альт Образование»
9. Visual Studio

## **8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий. Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме; - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: - в печатной форме; - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого от студента требуется представить

заключение психолого-медико- педагогической комиссии (ПМПК) и личное заявление (заявление законного представителя).

В заключении ПМПК должно быть прописано:

- рекомендуемая учебная нагрузка на обучающегося (количество дней в неделю, часов в день);
- оборудование технических условий (при необходимости);
- сопровождение и (или) присутствие родителей (законных представителей) во время учебного процесса (при необходимости);
- организация психолого-педагогического сопровождение обучающегося с указанием специалистов и допустимой нагрузки (количества часов в неделю).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся при необходимости могут быть созданы фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Форма проведения текущей и итоговой аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно (на бумаге, на компьютере), в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Дизайн в рекламе» является обязательной дисциплиной вариативной части учебного плана по направлению подготовки бакалавриата

42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется УЦ «Арт- дизайн».

*Цель дисциплины:* подготовка специалиста для практической работы в рекламной индустрии, приобретение знаний и навыков в понимании роли дизайна для продвижения товаров и услуг.

*Задачи:*

- овладеть основами вербального, невербального креатива в рекламной практике;
- овладеть практическими навыками в области создания рекламных дизайн- объектов на различных рекламных носителях;
- приобщить студентов к опыту ведущих теоретиков и практиков рекламы
- Выработать у студентов профессиональный подход в создании рекламной продукции; - Научить видеть и контролировать процесс создания качественного рекламного продукта;
  
- Научить проектно мыслить;
- Уметь ориентироваться в современных мировых процессах в рекламе;
- Использовать возможности креативного дизайнерского решения;
- Освоить и применять на практике полученные знания;
- Овладеть профессиональной терминологией.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль в форме презентации на выбранную тему и проектов элемента фирменной идентификации, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.