

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра визуальных коммуникаций и дизайна в рекламе

РЕКЛАМНАЯ ФОТОГРАФИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Стилеобразование визуальных коммуникаций

Уровень высшего образования: *магистрат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

Стилеобразующие визуальные аспекты
печатной и наружной рекламы
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Д.э.н, профессор Христофорова И.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 1 от 07.11.2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	6
3. Содержание дисциплины	7
4. Образовательные технологии	8
5. Оценка планируемых результатов обучения	11
5.1. Система оценивания	11
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине	12
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
6.1. Список источников и литературы	16
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	17
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	17
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	17
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	18
9. Методические материалы	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Рекламная фотография» приобретение студентами теоретических знаний и приобретение практических навыков в области современной фотографии в дизайне.

Задачи дисциплины:

- формирование представления об истории развития и современном состоянии фотографии в дизайне;
- освоение содержания основных категорий курса;
- применение основ композиции для задач фотографии в дизайне;
- изучение возможностей использования вспомогательных приемов и способов в фотографии;
- разработка индивидуальной модели фотокомпозиции, основанной на концептуальном, творческом подходе по решению поставленных в ходе освоения курса дизайнерских задач;
- выполнение творческих работ по составлению фотокомпозиции в соответствии с заданным стилем и темой;
- уметь анализировать современные проблемы дизайнерской фотографии и находить пути их решения.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
<p>ПК-3 Способен критически оценивать качество и эффективность стиливых решений в проектной деятельности по созданию печатной и наружной рекламы</p>	<p>ПК3 Умеет объективно оценить уровень мастерства, творческий замысел и техническое исполнение готовых макетов. Владеет методами сравнения стиливых решений и определяет влияние выбранных приемов на достижение целей проекта. Может предложить альтернативные сценарии доработки проекта для увеличения его коммерческой успешности. Способен провести качественный анализ соответствия итогового варианта заявленному техническому заданию. Подготавливает графические</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Критерии оценки визуальных решений в дизайне рекламы. • Требования к дизайну корпоративных коммуникаций и брендинга. • Правила взаимодействия текста и иллюстраций в рекламе. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оценивать качество и эффективность визуальных решений. • Генерировать рекомендации по улучшению стиливого оформления. • Применять методы анализа эффективности макетов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Методами самооценки собственной работы и оценки проектов коллег. • Процедурами контроля соответствия продукции техническим требованиям и стандартам.

	материалы для передачи в производство на основе окончательного дизайн-макета.	
ПК-4 Способен выбирать и применять эффективные приемы дизайн-проектирования в зависимости от условий размещения и типа носителя рекламы	ПК-4 Применяет оптимальные художественные приемы для определенного типа рекламоносителя. Умеет адаптировать дизайн-проекты под конкретные условия размещения. Применяет принципы композиции и цветоведения при подготовке макета. Способен объяснить преимущества своего выбора технических и художественных решений.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Технологический процесс подготовки макетов для печати и наружной рекламы. • Характеристики и различия носителей рекламы. • Принципы подбора стилей и оформления рекламы. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Создавать оригинальное дизайнерское оформление рекламы. • Ориентироваться на предпочтения и ожидания целевой аудитории. • Корректировать проекты в зависимости от обстоятельств размещения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Средствами цифрового моделирования и прототипирования. • Приемами быстрого подбора стилистического оформления и внесения изменений в проектируемые объекты рекламы.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Для освоения данной дисциплины обучающийся должен обладать следующими знаниями, умениями, навыками:

знать:

- ~ сущность, роль и значение фотографии в дизайне среды;
- ~ историю развития и основные направления современной фотографии в дизайне;
- ~ основы теории различных стилей фотографии в дизайне;
- ~ основы формирования композиции в фотографии в дизайне;
- ~ ассортимент рабочих инструментов, способов, приемов и материалов в фотографии;
- ~ ассортимент и возможности использования вспомогательных материалов в фотографии;
- ~ современные методы фотографии в дизайне

уметь:

- ~ применять на практике теоретические знания в области фотографии;
- ~ выявлять потребительские предпочтения и учитывать их в ходе создания фотокомпозиции;
- ~ разрабатывать индивидуальную проектную идею фотокомпозиции;

- ~ создавать живописную фотокомпозицию различной степени сложности с использованием разнообразных техник;
- ~ анализировать тенденции развития и совершенствования фотографии в дизайне.

владеть:

- ~ приемами анализа и оценки ключевых параметров фотокомпозиции: по их составу, стилю, структуре, форме, технике;
- ~ навыками практического использования рабочих инструментов в фотодизайне;
- ~ основными техниками составления фотокомпозиции; приемами гармонизации форм, структур, цвета при создании фотокомпозиции, композиционного решения;
- ~ методами создания фотокомпозиций в соответствии с заданным стилем и темой.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для прохождения преддипломной практики и дипломного проектирования.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 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
2	Лекции	12
2	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 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
2	Лекции	8
2	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 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
2	Лекции	4
2	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 92 академических часа(ов).

Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Введение в дисциплину «Рекламная фотография»	Фотография – сущность, этапы развития, направления, взаимосвязь с дизайном среды. Основные направления рекламы. Виды рекламы. Место и роль фотографии в визуальных видах рекламы. Исторические вехи технического развития фотографии. Современные тренды в фотографии
2.	Основы фотографии: фототехника	Основные виды фотоаппаратуры. Техническое развитие фотоаппаратуры. Составные части фототехники: корпуса, объективы, вспышки, блоки питания. Цифровая и аналоговая фототехника: общее и отличия. Основные характеристики фототехники. Объективы и их роль в процессе съёмки. Оптика. Ее виды, свойства, характеристики. Основные оптические понятия: фокусное расстояние, светосила, глубина резкости.
3.	Основы композиции в фотографии.	Понятие и сущность композиции. Основные аспекты композиционного построения снимка. Линейная композиция. Тональная композиция. Элементы колористики. Особенности восприятия композиции аудиторией. Влияние композиции на восприятие фотографии в рекламе.
4.	Основы цвета в фотографии	Понятие цвета. Особенности восприятия цвета человеком. Влияние цвета на восприятие рекламы. Роль освещения в восприятии фотографии.
5.	Студийная съемка	Понятие студии. Искусственное освещение. Виды вспышек, отличия их друг от друга. Необходимое оборудование. Подбор персонала. Предметная съемка. Съемка модели. Особенности съемки людей. Основные понятия, применяемые при съемке моделей: ракурс, фон, освещение, восприятие позы и жестов.
6	Пейзажная съемка	Понятие студии. Искусственное освещение. Виды вспышек, отличия их друг от друга. Необходимое оборудование. Подбор персонала. Предметная съемка. Съемка модели. Особенности съемки людей. Основные понятия, применяемые при съемке моделей: ракурс, фон, освещение, восприятие позы и жестов.
7	Репортажная съемка	Понятие репортажной съемки. Особенности репортажной фотографии. Используемая аппаратура. Репортаж в рекламе.

8.	Рекламная фотография	Понятие рекламной фотографии. Процесс создания рекламной фотографии. Понятие креативной идеи. Создание брифа. Взаимосвязь идеи фотографии и позиционирования товара.
----	----------------------	---

3. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Введение в дисциплину «Рекламная фотография»	<p><i>Лекция .</i></p> <p><i>Практическое занятие</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Вводная лекция с использованием видеоматериалов; применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Научное сообщение (доклад и презентация). Развернутая беседа с обсуждением докладов Презентации примеров типов рекламных коммуникаций известных мировых брендов. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i></p>
2.	Основы фотографии: фототехника	<p><i>Лекция</i></p> <p><i>Практическое занятие.</i></p>	<p><i>Лекция-визуализация. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Исследование влияния каналов коммуникации на восприятие рекламы и разработка яркой творческой концепции. Применяются дистанционные технологии.</i></p>

		<i>Практическое занятие</i>	<i>Презентация креативных концепций Научное сообщение (доклад и презентация). Развернутая беседа с обсуждением докладов. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i>
3.	Основы композиции в фотографии	<i>Лекция .</i>	<i>Лекция-визуализация. Применяются дистанционные технологии.</i>
		<i>Практическое занятие .</i>	<i>Анализ стилевых идентификаторов и способов позиционирования рекламных продуктов известного бренда. Научное сообщение (доклад или реферат). Кабинетные исследования. Применяются дистанционные технологии.</i>
		<i>Практическое занятие</i>	<i>Разработка креативных решений в дизайне рекламы на основе законов психологии цвета и композиции. Моделирование творческого процесса. Кабинетные исследования. Презентация креативных концепций. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии.</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i>
4.	Основы цвета в фотографии	<i>Лекция .</i>	<i>Лекция визуализация с разбором конкретных ситуаций Применяются дистанционные технологии</i>
		<i>Практическое занятие</i>	<i>Анализ стилевых идентификаторов и способов позиционирования рекламных продуктов известного бренда. Научное сообщение (доклад или реферат). Кабинетные исследования. Применяются дистанционные технологии.</i>
		<i>Практическое занятие</i>	<i>Разработка креативных решений в дизайне рекламы на основе законов психологии цвета и композиции. Моделирование творческого процесса. Кабинетные исследования. Презентация креативных концепций. Групповая дискуссия. Применяются дистанционные технологии.</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i>

5.	Студийная съемка	<p><i>Лекция</i></p> <p><i>Практическое занятие.</i></p> <p><i>Практическое занятие</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Лекция – визуализация с разбором кейсов. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Проектирование студийной рекламной съемки. Моделирование исследовательского сценария. Презентация креативных концепций. Групповая дискуссия. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Макетирование и подготовка дизайн-макета студийной рекламной съемки. Научное сообщение (доклад или реферат). Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i></p>
6	Пейзажная съемка	<p><i>Лекция</i></p> <p><i>Практическое занятие.</i></p> <p><i>Практическое занятие</i></p> <p><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Лекция – визуализация с разбором кейсов. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Проектирование пейзажной рекламной съемки. Моделирование исследовательского сценария. Презентация креативных концепций. Групповая дискуссия. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Макетирование и подготовка дизайн-макета пейзажной рекламной съемки. Научное сообщение (доклад или реферат). Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i></p>
7	Репортажная съемка	<p><i>Лекция</i></p> <p><i>Практическое занятие.</i></p> <p><i>Практическое занятие</i></p>	<p><i>Лекция – визуализация с разбором кейсов. Применяются дистанционные технологии.</i></p> <p><i>Проектирование репортажной рекламной съемки. Моделирование исследовательского сценария. Презентация креативных концепций. Групповая дискуссия. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</i></p> <p><i>Макетирование и подготовка дизайн-макета репортажной рекламной съемки. Научное сообщение (доклад или реферат). Применяются дистанционные технологии.</i></p>

		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i>
6.	Рекламная фотография	<i>Практическое занятие.</i>	<i>Проектирование студийной рекламной съемки. Моделирование исследовательского сценария. Презентация креативных концепций. Групповая дискуссия. Работа в малых группах по подготовке проекта. Презентация доклада. Применяются дистанционные технологии</i>
		<i>Практическое занятие</i>	<i>Макетирование и подготовка дизайн-макета студийной рекламной съемки. Научное сообщение (доклад или реферат). Применяются дистанционные технологии.</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i>
		<i>Самостоятельная работа</i>	<i>Полевые исследования. Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты. Применяются дистанционные технологии</i>

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств

4. Оценка планируемых результатов обучения

4.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - контрольные опросы - доклад, реферат - проектная работа (темы № 3-6)	5 баллов	20 баллов
	5 баллов	10 баллов
	10 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация		40 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

4.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>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. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<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. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори-тельно»/	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает</p>

	«зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

4.3.1. Примерные вопросы для опросов

1. Сущность, роль, значение фотографии в дизайне.
2. Основные тренды, проблемы и возможности фотографии в дизайне.
3. Особенности исторических этапов развития фотографии в дизайне.
4. Место и роль фотографии в рекламе
5. Основные виды фотоаппаратуры
6. Составные части фототехники
7. История фотографии
8. Цифровая и аналоговая фотография: особенности
9. Достоинства и недостатки цифровой фотографии
10. Понятие и сущность композиции в фоторафии
11. Влияние композиции на восприятие фотографии в рекламе
12. Особенности восприятия цвета человеком
13. Влияние цвета на восприятие рекламы
14. Понятие фот-студии: основные функции и особенности организации
15. Создание образа модели в современной и исторической фотографии
16. Влияние погодных условий на съемку пейзажа и архитектуры
17. Специфика съемки в различных погодных условиях
18. Понятие репортажной съемки.
19. Особенности репортажной фотографии. Используемая аппаратура
20. Понятие рекламной фотографии.

21. Процесс создания рекламной фотографии.
22. Понятие креативной идеи. Создание брифа.
23. Взаимосвязь идеи фотографии и позиционирования товара.
24. Защита авторских прав фотографа
25. Эволюция вспомогательных материалов и аксессуаров в фотографии
26. Фотография в дизайне – искусство или наука?
27. Особенности основных стилей в фотографии в дизайне.
28. Фотография на модных показах
29. Возможности фотографии в дизайне в различных типах интерьеров производственных предприятий и/или организаций социально-культурной среды.
30. Фотография в индустрии моды

При оценивании ответа на вопрос теоретического характера учитывается:

- теоретическое содержание не освоено, знание материала носит фрагментарный характер, наличие грубых ошибок в ответе (2 балл);
- теоретическое содержание освоено частично, но в достаточной мере (3 балла); теоретическое содержание освоено почти полностью, с незначительными недостатками (4 балла);
- теоретическое содержание освоено полностью (5 баллов).

4.3.2. Темы докладов и (или) рефератов:

1. Эволюция дизайна рекламы: от древности до современности.
2. Зарождение и становление фирменного стиля в истории рекламы.
3. Знаменитые дизайнеры XX века и их вклад в развитие рекламного искусства.
4. История появления первой наружной рекламы.
5. Русская школа рекламы XIX века и её отличительные черты.
6. Психология цвета в рекламе: научные эксперименты и реальные случаи.
7. Восприятие формы и линий в рекламном сообщении.
8. Эмпирические исследования восприятия композиции в рекламе.
9. Шрифты и семантическое восприятие текста в рекламе.
10. Нейромаркетинг и его применение в дизайне рекламы.
11. Функции фирменного стиля в продвижении бренда.
12. Брендбук: структура, назначение и важность для дизайна рекламы.
13. Современные бренды и их визитные карточки в мире рекламы.
14. Логотипы знаменитых компаний и секреты их успеха.
15. Эстетика брендов премиум-класса и массовые бренды: сходства и отличия.
16. Использование золотого сечения в композиции рекламных макетов.
17. Правила контраста и нюансировки в цвете и форме рекламы.
18. Символика цвета в русской культуре и её отражение в рекламе.
19. Художественный стиль и форма выражения эмоций в рекламе.
20. Архитектурные принципы построения композиций в дизайне наружной рекламы.
21. Основные тенденции в современном дизайне журнальной рекламы.
22. Особенности дизайна листовок и брошюр: анализ популярных решений.
23. Фотография в печатной рекламе: инструмент воздействия на потребителя.
24. Инфографика в печатной рекламе: правила составления и примеры удачных решений.
25. Современные тенденции в книжном дизайне и рекламе книг.
26. Билборды: их значимость и характерные признаки.
27. Влияние урбанистической среды на восприятие наружной рекламы.
28. Современные технологии подсветки в наружной рекламе.
29. Светодиодные экраны и мультимедиа в наружной рекламе.
30. Особенности размещения наружной рекламы в мегаполисах.
31. Будущее AR/VR в рекламной индустрии.
32. Электронные цифровые щиты: новые горизонты для наружной рекламы.

33. Возможности QR-кодов и мобильных приложений в современной рекламе.
34. Интерактивные технологии и их применение в наружной рекламе.
35. Смешанная реальность и будущее взаимодействия потребителя с рекламой.
36. Этические аспекты дизайна рекламы и ответственность дизайнера.
37. Экологичность в дизайне рекламы: зелёные инициативы и экологически чистые материалы.
38. Культурная среда и национальный колорит в международной рекламе.
39. Юридические аспекты создания и использования рекламных материалов.
40. Философия и эстетика в дизайне современной рекламы: гуманистические ценности и мораль в искусстве рекламы.

Критерии оценки:

- уровень и качество использования рекомендованной литературы по выбранной теме (1 балл);
- правильность понимания и передачи позиции авторов реферируемых исследований (1 балл);
- грамотность и логичность изложения материала (1 баллов);
- наличие аналитического рассуждения автора реферата и обоснования выводов (2 балла).

Примерная структура технического задания на разработку дизайн-макета рекламного дизайн-макета

1. Название проекта: (указывается название проекта или наименование компании)
2. Основная цель разработки макета (привлечение клиентов, повышение лояльности, продвижение товара/услуги и т.п.)
3. Ключевая задача (описание основной задачи проекта, которую решает макет)
4. Существенные особенности предлагаемых фирмой товаров (услуг) и самой фирмы.
5. Профиль целевой аудитории (демографические показатели, интересы, мотивы покупки и т.п.)
6. Географическое положение целевой аудитории (регион, страна)
7. Подробное описание рекламируемого продукта или услуги
8. Уникальность и выгоды предложения
9. Категория продукта (товары повседневного спроса, роскошь, узкая специализация и т.п.)
10. Материал носителя (бумага, пластик, металл и т.д.)
11. Размер макета (ширина × высота, см/м)
12. Место размещения (город, улица, торговый центр и т.п.)
13. Ограничения по размещению (особенности внешнего вида здания, санитарные зоны и т.п.)
14. Заголовок (название или призыв к действию)
15. Основной текст (краткий или развернутый, лаконичный или содержательный)
16. Графические элементы (логотип, фотографии, иллюстрации, графика)
17. Информация о контактах (телефон, адрес, электронная почта, соцсети)
18. Основное направление стилистики (классика, модерн, авангард и т.п.)
19. Доминирующий цвет (одноцветный, монохромный, полноцветный)
20. Необходимость присутствия фирменных цветов и логотипа компании
21. Технические требования к макету (цветовая палитра, разрешения изображений, масштабирование)
22. Подходящие материалы и покрытия (матовая бумага, глянцевая пленка, металлическая основа и т.п.)
23. Метод печати (цифровой, офсетный, шелкотрафаретный и т.п.)

Основные критерии оценки проектных работ:

- Соответствие технической задаче (1 балл);
- Креативность и оригинальность (2 балла);
- Высокое качество визуализации (1 балл);
- Аргументированное обоснование решений (1балл);
- Мастерство и техника исполнения (1 балл);
- Технологичность и простота реализации проекта (1 балл);
- Эргономичность и удобство для пользователей (2 балла);
- Практическая реализуемость проекта (1 балл).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

а) Основная литература

1. Фотодело: Учебное пособие / А.В. Левкина. - М.: Альфа-М: НИЦ Инфра-М, 2013. - 320 с.: ил.; 60x90 1/16. - (ПРОФИль). (переплет) ISBN 978-5-98281-319-0
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=366626>
2. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / А.П. Крылов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 80 с.: ил.; 70x100 1/16. (обложка) ISBN 978-5-905554-05-6, 150 экз.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=373741>
3. Васильев А.А. Судьба моды / Александр Васильев. - 6-е изд. - М.: Альпина нон-фикшн, 2014. - 464 с.
- 4.

б) Дополнительная литература

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, 50 экз. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429223>
2. Графический дизайн: стилевая эволюция: Монография/И.Г.Пендикова, Л.М.Дмитриева - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 160 с.: 60x90 1/16 (Обложка) ISBN 978-5-9776-0373-7, 150 экз.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518529>
3. Тайнопись искусства [Электронный ресурс] : Сборник статей. — М.: Издательство «Новый Акрополь», 2014. — 552 с. — (Интересно о важном) - ISBN 978-5-91896-046-2
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=522207>

в) Периодические издания и перечень интернет-изданий

1. Rosdesign.com Портал. Про дизайн: <http://rosdesign.com>
2. Паратайн. Шрифтовой портал: <https://www.paratype.ru/>
3. Студия Леттерхэд. Шрифтовой портал: <http://www.letterhead.ru/>
4. Типомания. Слова, Шрифты, Типографика: <http://www.typo.mania.ru/>
5. Журнал Шрифт: <https://typejournal.ru/>
6. Журнал КАК: <https://kak.ru/>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

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

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Портал для дизайнеров, архитекторов, декораторов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://design-mate.ru/> (открытый доступ)

Ресурс Хабр (Habr) [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<https://habr.com/ru/company/pixli/blog/325866/> (открытый доступ)

Электронно-библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<http://iprbooks.ru/> (неограниченный доступ)

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://window.edu.ru/> (открытый доступ)

Научная электронная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (открытый доступ)

Федеральный портал «Российское образование»: [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://www.edu.ru/> (открытый доступ)

Интернет-портал Правительства Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://www.government.ru> (открытый доступ)

Ресурс Novate.ru – интернет-портал о дизайне [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://novate.ru/> (открытый доступ)

Культурология РФ – Искусство во всех проявлениях [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://kulturologia.ru/> (открытый доступ)

Каталог логотипов и знаков [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.logobank.ru/> (открытый доступ)

Отраслевой портал об упаковке [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.unipack.ru/> (открытый доступ)

Интернет -портал о творчестве [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.adme.ru/> (открытый доступ)

Шрифтовой портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.xfont.ru/> (открытый доступ)

Журнал КАК [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://kak.ru/> (открытый доступ)

Информационные справочные системы:

Консультант

Плюс Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для организации процесса обучения необходимы мультимедийные средства обучения (компьютер, проектор, электронная доска), наглядный демонстративный материал, а также специализированное программное обеспечение для анализа данных.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимы:

- демонстрационные приборы для лекции-визуализации,

- мультимедийные средства для открытия кейсов, решения практических задач

Требования к аудиториям:

- для проведения практических занятий необходимы компьютерные классы,

- для лекций и семинаров необходимо наличие доски и специально оборудованные для показа слайдов и работы на персональных компьютерах.

Состав программного обеспечения:

Windows

Microsoft

Office

Adobe Photoshop

Adobe Illustrator

CorelDRAW

Inkscape — бесплатный аналог Adobe Illustrator и CorelDRAW, поддерживает экспорт в большинство распространенных форматов

Blender — бесплатное ПО для 3D-моделирования, рендеринга и анимации, идеально для продвинутых визуализаторов.

Cinema 4D

Canva

Unity — игровой движок, активно используемый для создания интерактивных решений и визуализации AR/VR.

ПО отечественного производства

Архиватор 7-ZIP: <https://7zip-soft.com/>

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

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.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических занятий

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов и заданий, выполняемых как самостоятельная работа и дискуссиями.

Тема и содержание практического занятия: Введение в дисциплину «Фотография в дизайне».

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов и заданий, выполняемых как

самостоятельная работа.

Тема и содержание практического занятия: Основы фотографии: фототехника

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов и заданий, выполняемых как самостоятельная работа.

Тема и содержание практического занятия: Основы композиции в фотографии.

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов, и заданий, выполняемых как самостоятельная работа.

Тема и содержание практического занятия: Основы цвета в фотографии.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов, заданий, выполняемых как самостоятельная работа и дискуссией.

Тема и содержание практического занятия: Студийная съемка

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов, результатов предыдущих практических занятий и заданий, выполняемых как самостоятельная работа.

Тема и содержание практического занятия: Пейзажная съемка.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов и заданий, выполняемых как самостоятельная работа.

Тема и содержание практического занятия: Репортажная съемка.

Практическое занятие 8.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение вопросов, докладов по темам рефератов и заданий, выполняемых как самостоятельная работа.

Тема и содержание практического занятия: Рекламная фотография.