

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**Дизайн в PR и рекламе**

по направлению подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки:

**«Работа с социальными медиа»**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**


Год приема

**2023**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.05.01

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

  
И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

  
Э.А. Щеглова

Томск – 2023

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- ПК-3 – Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля.
- ПК-4 Способность работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-4.1. Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтового контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию

ИПК-4.2. Способен использовать различные графические редакторы при решении задач профессиональной деятельности

ИПК-4.3. Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в условиях осуществления профессиональной деятельности в организации.

ИПК-3.2. Знает основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

- Сформировать базовые компетенции в области истории и методологии дизайна, необходимые для профессиональной деятельности в PR и рекламе.
- Приобрести навыки использования различных графических редакторов при решении дизайн-задач в рамках профессиональной деятельности.

## **3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору 5 (ДВ.5).

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Семестр 5, экзамен.

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам и практикам: «Учебная практика: профильные мастерские», «Учебная практика: профессионально-ознакомительная (проектно-технологическая) практика». Дисциплина организационно-методически и содержательно связана с «Производственной практикой: практикой в профессиональной сфере», Подготовкой к сдаче и сдачей государственного экзамена, Подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы.

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины (модуля)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часов, из которых:

- лекции: 20 ч.;
- практические занятия: 24 ч;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам**

Тема 1. Дизайн и его роль в современном обществе.

Понятие дизайна; общая характеристика; место дизайна в современном обществе; основные функции дизайна в современном обществе; основные виды дизайнерской деятельности.

Тема 2. Роль дизайна в сфере социальных коммуникаций.

Графический дизайн и его основные виды; роль дизайна в профессиональной деятельности специалиста сферы социальных коммуникаций; виды графического дизайна; тренды графического дизайна.

Тема 3. Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна: с Древнейших времен до Нового времени.

Версии возникновения дизайна; два основных периода в истории становления дизайна; Первобытность как время зарождения проектного сознания; античное проектное мышление; античный стиль; средневековые «протодизайн-проекты»; романский стиль; эпоха Возрождения и протодизайн; «первый протодизайнер»; стиль барокко.

Тема 4. Период протодизайна: с эпохи Нового времени до начала эпохи индустриализации.

Протодизайн в эпоху Нового времени; проект как промежуточный продукт деятельности проектировщика; техника как источник дизайнерских методов проектирования; появление корпоративного стиля; изобретательский бум; концепции в мире дизайна.

Тема 5. История дизайна как профессиональной деятельности.

Появление новых принципов формообразования; комплексный подход в дизайне Петера Беренса; Баухауз и Ульмская школа как первые профессиональные учреждения, готовящие дизайнеров; общая характеристика стилей «Оливетти» и «Braun»; общая характеристика современного дизайна.

Тема 6. История становление отечественного дизайна.

Византийские традиции в отечественном дизайне; протодизайн-проект Петра I; периодизация истории отечественного дизайна; ВХУТЕМАС и его роль в становлении профессионального отечественного дизайна; современный российский дизайн (общая характеристика).

Тема 7. Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне.

Проблема дифференциации понятий модерна и модернизма; модерн в дизайне; ключевые фигуры модерна; традиция модерна в современном графическом дизайне; основные течения модернизма в дизайне, их общая характеристика и представители (Абстракционизм, Конструктивизм, Функционализм, Арт-деко).

Тема 8. Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне.

Ключевые отличия модернизма от постмодернизма; основные течения постмодернизма в дизайне, их общая характеристика и представители (Поп-арт, Оп-арт, Мемфис, Хай-тек, Сюрреализм).

Тема 9. Разработка фирменного стиля. Подбор цветов и шрифтов.

Понятие фирменного стиля; основные элементы фирменного стиля и их общая характеристика; носители фирменного стиля; этапы создания фирменного стиля; алгоритм выбора фирменных цветов; цветовой круг Иттена как инструмент выбора фирменных цветов; алгоритм выбора фирменных шрифтов; особенности фирменных шрифтов.

Тема 10. Разработка фирменного стиля. Проектирование логотипа.

Основные виды логотипов; основные этапы проектирования логотипа и их общая характеристика; создание логотипа в графических редакторах.

Тема 11. Разработка концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях и почтовой рассылки.

Алгоритм разработки концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях с учетом особенностей той или иной соц. сети; создание макета e-mail-рассылки.

Тема 12. Разработка лендинга как цифровой носитель фирменного стиля и канала имиджевой коммуникации.

Отличия лендинга от многостраничного сайта; цели создания лендинга; алгоритм создания лендинга в фирменном стиле.

№	Наименование разделов и тем	Всего (час.)	Совместная работа с обучающимся (час.)		Самостоятельная работа (час.)
			лекции	практики	
1.	Дизайн и его роль в современном обществе.	2	2	-	-
2.	Роль дизайна в сфере социальных коммуникаций.	4	2	-	2
3.	Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна: с Древнейших времен до Нового времени.	4	2	-	2
4.	Период протодизайна: с эпохи Нового времени до начала эпохи индустриализации.	4	2	-	2
5.	История дизайна как профессиональной деятельности.	4	2	-	2
6.	История становление отечественного дизайна.	4	2	-	2
7.	Модерн и модернизм. Основные течения модернизма	12	4	2	6

	в дизайне.				
8.	Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне	12	4	2	6
9.	Разработка фирменного стиля. Подбор цветов и шрифтов.	9	-	2	7
10.	Разработка фирменного стиля. Проектирование логотипа.	17,8	-	6	11,8
11.	Разработка концепции визуального оформления страниц бренда в социальных сетях и почтовой рассылки.	15	-	4	11
12.	Разработка лендинга как цифровой носитель фирменного стиля и канала имиджевой коммуникации	14	-	4	10
	КРто	2,3			
	<b>ИТОГО:</b>	<b>144</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>61,8</b>

## 9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выполнения всех практических заданий (см. в документе «Фонд оценочных средств для изучения дисциплины «Дизайн в PR и рекламе») и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

## 10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

**Экзамен в пятом семестре** проводится в устной форме.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводится средняя арифметическая.

За каждое выполненное практическое задание студент получает оценку по 10-бальной шкале.

По итогам посещения лекционных и практических занятий, выполнения практических заданий (см. в документе «Фонд оценочных средств для изучения дисциплины «Дизайн в PR и рекламе») обучающийся допускается к сдаче экзамена.

Контролируемые разделы (темы), соответствующие им формируемые компетенции и результаты обучения в рамках формируемой компетенции, а также соответствующий каждому результату вид оценочного средства представлен в ФОСе.

Итоговая оценка, выставляемая в зачетку и ведомость, складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам сдачи экзамена.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – 0,6
- итоговый балл, полученный за экзамен – 0,4

Примерный перечень вопросов к экзамену:

1. Определения дизайна. Сущность дизайна. Дизайн как феномен культуры XX века.
2. Роль дизайна в современном обществе. Основные функции дизайна
3. Роль дизайна в сфере социальных коммуникаций
4. Графический дизайн: основные виды и тренды
5. Предпосылки возникновения дизайна. Период протодизайна (общая характеристика).

6. Выдающиеся протодизайн - проекты
7. Комплексный подход в дизайне Петера Беренса
8. Особенности стилей «Оливетти» и «Braun»
9. БАУХАУЗ и его вклад в развитие мирового дизайна
10. Специфика становления отечественного дизайна
11. ВХУТЕМАС и его роль в становлении профессионального отечественного дизайна
12. Модерн и модернизм. Основные течения модернизма в дизайне
13. Постмодернизм. Основные течения постмодернизма в дизайне
14. Главная задача дизайн-проекта и алгоритм его выполнения
15. Виды графических редакторов, используемых для работы с рекламными и PR-материалами (их возможности)
16. Алгоритм работы над созданием логотипа. Использование графических редакторов при создании логотипа
17. Алгоритм работы над шаблонами электронной презентации. Структура типичного шаблона презентации компании, бренда. Использование графических редакторов при создании электронной презентации
18. Основные виды корпоративной полиграфии и особенности их дизайна. Использование графических редакторов при создании полиграфической продукции
19. Разработка инфографики в графическом редакторе
20. Создание фирменного стиля бренда: алгоритм работы
21. Брендбук, логобук, руководство по фирменному стилю: общее и различное; структура.
22. Алгоритм подбора фирменных цветов и шрифтов бренда, компании
23. Сочетания цветов с использованием цветового круга Иттена
24. Физическая природа цвета, основные характеристики и свойства цвета в их взаимосвязи.
25. Проблемы стилеобразования в дизайн-проектировании.
26. Стилизация дизайн-проекта: задачи и алгоритм выполнения
27. Особенности создания рекламных и PR-материалов с учетом психологических особенностей визуального восприятия
28. Современный дизайн в России и в мире. Актуальные тренды в графическом дизайне
29. Вневременность дизайн-проекта. Устаревшие тренды в графическом дизайне
30. «Хороший» и «плохой» дизайн
31. Редизайн: суть и алгоритм работы
32. Дизайн и технологии массмедиа: работа с агрегаторами новостей, электронными рассылками и т.д.

Результаты сдачи экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии выставления оценки на основе сдачи экзамена по вопросам:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

## 11. Учебно-методическое обеспечение

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Дизайн в PR и рекламе».
- 2) Электронные презентации базовых тем по курсу «Дизайн в PR и рекламе».
- 3) Задания к практическим занятиям.
- 4) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <http://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=15632>

## 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

33. Иттен И. Искусство цвета. – М: Аронов, 2020. - 96 с.
34. Курушин В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике – М: Издательство "ДМК Пресс», 2017 – 308 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:585459&theme=system>
35. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. – М: Издательство "ДМК Пресс", 2008. – 272 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592198&theme=system>
36. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 249 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07466-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/423119>
37. Луптон Э. Драматургия дизайна – М: Бомбора, 2022. — 160 с.
38. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М: Издательство "ДМК Пресс», 2006. – 432 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592197&theme=system>

б) дополнительная литература:

1. Асанкожоева Ж. М., Бундова Е. С., Жоров Ю. В. Особенности формирования логотипа города в контексте символического содержания графических образов / –
2. Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение 2018 № 29. С. 23-31. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:623907&theme=system>
3. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет. – М: Издательство "ДМК Пресс", 2006. – 278 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592196&theme=system>
4. Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы [V] Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014 / [науч. ред. Г. А. Окушова ; редкол. И. П. Кужелева-Саган, И. В. Гужова, Е. В. Полянская ; Том. гос. ун-т, Каф. соц. коммуникаций]. - Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2015. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000512508>
5. Деточенко Л. С., Лобко В. В., Межеричкая Н. В. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне – под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого – М: Харьков: Гуманитарный центр, 2015 – 430 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:504645&theme=system>

6. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06566-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/412054>
7. Пигулевский В.О. История дизайна. Вещи и бренды [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пигулевский В.О., Стефаненко А.С.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 235 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75952.html>.— ЭБС «IPRbooks»
8. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М: Издательство "ДМК Пресс», 2006. – 432 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:592197&theme=system>
9. Роэм Д. Визуальное мышление. Как «продавать» свои идеи при помощи визуальных образов. М: МИФ, 2013. — 300 с.
10. Спичева Д. И. Графический дизайн как фактор эффективности современных имиджевых технологий / Д. И. Спичева // Визуальные коммуникации в новых медиа: эффекты, возможности, риски : междисциплинарный подход : материалы Международной научно-практической Интернет-конференции Connect-Universum-2014, 20-22 мая 2014. Томск, 2015. С. 212-215. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000518937>
11. Спичева Д. И. Факторы эффективности цифрового имиджа как социально-технологического феномена / Д. И. Спичева // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 8, ч. 2. С. 175-178. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000462231>
12. Терри Ли Стоун, Син Адамс, Норин Мориока Дизайн цвета. Практикум : практическое руководство по применению цвета в графическом дизайне – М. РИП-Холдинг, 2006. – 240 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://chamo.lib.tsu.ru/lib/item?id=chamo:564409&theme=system>

в) ресурсы сети Интернет:

– открытые онлайн-курсы

– онлайн-платформа для демонстрации работ в области дизайна -

<https://www.behance.net/>

– сайт со шрифтами – <https://www.dafont.com/>

– сайт, определяющий цвета на фотографии - <https://www.degraeve.com/color-palette/>

– статьи по истории дизайна - <http://designhistory.ru/>

– российский сайт, посвященный дизайну - <http://sreda.boom.ru>

– сайт Британского музея дизайна - <http://designmuseum.org>

– портал для дизайнеров – [https://design-mate.ru/#popup\\_close](https://design-mate.ru/#popup_close)

– статьи о дизайне логотипов – <https://www.logodesignlove.com/>

– сайт с логотипами и визуальной айдентикой для вдохновения -

<https://logopond.com/>

– музей\Архив Баухауз - <http://www.bauhaus.de>

– арт-каталог - <http://www.art-catalog.ru>

– сайт, посвященный Анри ван де Вельде - <http://www.henry-van-de-velde.com>

– портал о дизайне и рекламе: <http://adme.ru>

– сайт с цветовыми палитрами <https://colorhunt.co/>

– онлайн-сервис, в котором можно создавать руководство по фирменному стилю –

Frontify <https://www.frontify.com/en/>



- инструмент на основе технологий искусственного интеллекта, позволяющий оценить логотип – Logo Rank <https://brandmark.io/logo-rank/>
- платформа с шаблонами для совместной работы распределенных команд – Miro <https://miro.com/>

### **13. Перечень информационных технологий**

- а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
  - публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).
- б) информационные справочные системы:
- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
  - Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
  - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
  - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
  - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
  - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
  - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютером, проектором, подключенные к Интернету.

Аудитории для проведения практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные компьютерами, подключенными к Интернету.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения лекционных и практических занятий, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»), в ситуации, обусловленной факторами макросреды.

### **15. Информация о разработчиках**

Е. Н. Винокурова, ассистент кафедры социальных коммуникаций ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ