Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г. №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.9 «Лаборатория дизайна»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2017

(год набора)

Москва, 2016 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Старший преподаватель Гурова Екатерина Александровна

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.9 «Лаборатория дизайна» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-4	Способность готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПК ОС LA – 4.1	Способность определять виды и типы проектной документации, разбираться в современных тенденциях и актуальных направлениях развития проектной документации, подготавливать и оформлять проектную документацию в рамках направления профессиональной деятельности
ПК ОС LA-16	Способность под руководством разрабатывать план мероприятий по созданию, производству и распространению рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью	ПК ОС LA– 16.1	Способность определения и подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью; создание текстов и документов, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Подготовка документов, организация документооборота по проекту	ПК ОС LA – 4.1	на уровне знаний: - основные правила и приемы копирайтинга; - основные приемы редактирования текста; - правила подготовки текста к профессиональному использованию. - основные языковые средства официально-делового стиля русского языка, нормативы составления и оформления документов; - типы и виды документации
		на уровне умений: - создавать различные виды профессиональных

		текстов и работать с ними; - использовать возможности функциональных стилей в процессе составления и редактирования документов в сфере профессиональной деятельности; - редактировать тексты в соответствии с законами копирайтинга
		на уровне навыков: - навыками литературного редактирования и копирайтинга. - навыками подготовки проектной документации (технико- экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) на основе маркетинговых исследований и оценки внутренних ресурсов организации для эффективного управления бизнес-проектами; - правовыми и этическими нормами при составлении проектной документации
Выбор методологии и инструментов; планирование и оптимизация ресурсов	ПК ОС LA– 16.1	на уровне знаний: - типы и виды рекламной продукции - место и роль рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний. - знание принципов работы с дизайнерами, программистами, разработчиками
		на уровне умений: - выбирать типы и виды рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью - использовать рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний. - работать с визуальными элементами; работать с продакшн-компаниями (типографии, разработчики программного обеспечения)
		на уровне навыков: - технологией подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью - владение профильными компьютерными программами (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, QuarkXPress, PageMaker и их аналоги)

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ОД.9 «Лаборатория дизайна», 2 курс, 4 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Смысловая суть как основа при создании предметов дизайна с помощью ассоциативных образов	16/12			6/4,5		10/7,5	Д
Тема 2	Ассоциативные образы, предназначенные для целевых групп.	16/12			6/4,5		10/7,5	Д, ДЗ
Тема 3	Социальная реклама.	18/13,5			8/6		10/7,5	Д, ДЗ
Тема 4	Дизайн многостраничных изданий.	18/13,5			8/6		14/10,5	Д
Промежуточная аттестация								Зачет
	Всего:	72/54			28/21		44/33	

Примечание:

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Смысловая суть как основа при создании предметов дизайна с помощью ассоциативных образов.

Упражнения на развитие креативного мышления
- использование общеупотребительного визуального языка
- неординарные способы эффективных коммуникаций
- разработка уникальных образов

Тема 2. Ассоциативные образы, предназначенные для целевых групп.
Упражнения
- на взаимосвязь шрифта и формы
- стилизация
- пространственно-конструктивные
- сочетание стиля, цвета, шрифта и формы

Тема 3 Социальная реклама.
Ассоциативное восприятие образов.
Работа со шрифтами, фотографиями и иллюстрациями.
Упражнения на разработку корпоративного издания.

Тема 4. Дизайн многостраничных изданий
Ассоциативное восприятие образов.
Работа со шрифтами, фотографиями и иллюстрациями.
Упражнения на разработку корпоративного издания

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.9 «Лаборатория дизайна» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:
диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:
домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика диспутов:

1. Графический дизайн.

2. Сфера применения.
3. Полиграфическая база: рамки и возможности.
4. Проект как совокупность различных видов деятельности.
5. Классификация объектов графического дизайна.
6. Эскиз.
7. Вербальная формула проекта.
8. Стимулирование творческого поиска силой слова
9. Предпроектные исследования в графическом дизайне
10. Основы коммуникативной ценности проектов графического дизайна.
11. Понятие целевой аудитории.
12. Методы сбора информации о визуальной среде и визуальных предпочтениях
13. Виды художественной деятельности как составляющей части проекта.
14. Графика. Виды графики, техники графики. Графика в книге, плакате.
15. Типографика.
16. Шрифтовая композиция как самостоятельный вид проектирования в графическом дизайне
17. Структура сложных проектов — синтез. Современные принципы.
18. Современные тенденции в графическом дизане.
19. Понятие стиля, стилистики.
20. Серия и серийность.
21. Композиция как художественная основа проектирования в графическом дизайне.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-4	Способность готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) с использованием информационно-коммуникационных технологий	ПК ОС LA – 4.1	Способность определять виды и типы проектной документации, разбираться в современных тенденциях и актуальных направлениях развития проектной документации, подготавливать и оформлять проектную документацию в рамках направления профессиональной деятельности

ПК ОС LA-16	Способность под руководством разрабатывать план мероприятий по созданию, производству и распространению рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью	ПК ОС LA– 16.1	Способность определения и подбора типа и вида рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью; создание текстов и документов, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы

Этап компетенции	**Показатели оценивания**	**Критерии оценивания**
1 этап (код этапа ПК ОС LA - 4.1)	Ориентируется в современной документации и выстраивает план проектной документации. Определяет виды и типы проектной документации. Подготавливает корпоративные документы Разрабатывает технические задания под разные типы задач	Перечисляет виды и типы проектной документации, приводит примеры, указывает назначение, характер, содержание разных видов проектной документации. Описывает структуру и алгоритм разработки проектной документации. Использует современные тенденции и актуальные направления развития проектной документации. Использует и применяет принципы и методы подготовки корпоративных документов. Описывает алгоритм разработки технического задания под разные типы задач.
1 этап (код этапа ПК ОС LA-16.1)	Определяет типы и виды рекламной продукции Подбирает необходимые пиар-тексты для осуществления коммуникационных кампаний	Применяет знания по созданию рекламных и пиар-материалов Использует различные методики подбора релевантных инструментов для создания продукции

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Композиционные решения в графическом дизайне.
2. Вертикаль и горизонталь. Восприятие формы на плоскости. Равновесие: статика и динамика.
3. Центр композиции. Ритм, метр, размер и масштаб.
4. Плакат. Средства плаката.

5. Специфика языка и особенности восприятия. различных жанров плаката

а. Эскизы с поиском темы, композиции, цветового решения.

6. Цифровые технологии графического дизайна на примере одностраничного документа.

7. Программы для графического дизайна.

8. Сравнение параметров.

9. Выбор варианта эскиза для дальнейшей разработки.

10. Пространство книги, буклета как объекты дизайна.

11. Объемно-плоскостные приемы макетирования.

12. Место шрифта (знака) в системе проектирования печатной продукции.

13. Основные элементы книжного дизайна.

14. Серийность. Признаки и рамки серийности.

15. Модулирование (пропорционирование) в типографике. Формат. Поля.

16. Система восприятия разворотов и временной характер воздействия на читателя- «зрителя».

17. Цифровые технологии. Верстка и ее структурная роль в проектировании. Задания для самостоятельной работы обучающихся

18. Виды иллюстрации.

19. Краткая история книжной иллюстрации.

20. Технические возможности полиграфии в искусстве книги.

21. Цифровая графика и обработка «ручной» графики для печати. Графические программы.

22. Рекламные модули, полосы. Буклет с экспрессивным шрифтовым решением.

23. Переплет, обложка, суперобложка, футляр.

24. Марка, логотип, товарный знак.

25. Графика и простота знака.

26. Переплетные материалы.

27. Фактура как средство композиции.

28. Способы печати и тиснения. Цифровые технологии.

29. Особенности восприятия рекламы.

30. Шрифт и иллюстрация.

31. Слоган как форма программирования.

32. Графические и композиционные решения.

33. Носители фирменного стиля (логотип, визитка, плакат, сувенирная продукция, пакет, папка).

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются по следующей шкале:

«*отлично*» – 5,

«*хорошо*» – 4,

«*удовлетворительно*» – *3*,

«*неудовлетворительно*» – 2.

Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала,

предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 4 и ПК ОС LA – 16 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС
http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Лаборатория дизайна» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические	На практических занятиях осуществляется проработка

занятия	содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах. Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Овчинникова Р.Ю.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования	ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52069.html
Григорьева И.В.	Компьютерная графика. Учебное пособие.	Прометей	2012	http://www.iprbookshop.ru/18579.html
Веселова Ю.В., Семёнов О.Г	Графический дизайн рекламы. Плакат	Новосибирский государственный технический университет	2012	http://www.iprbookshop.ru/44764.html

6.2. Дополнительная литература.

Курушин В.Д.	Графический дизайн и реклама	ДМК Пресс	2008	http://www.iprbookshop.ru/7809.html
Головко С.Б.	Дизайн деловых периодических изданий	ЮНИТИ-ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/40453.html
Бернадская Ю.С.	Звук в рекламе	ЮНИТИ-ДАНА	2012	http://www.iprbookshop.ru/34455.html
Бердышев С.Н.	Секреты эффективной интернет-рекламы	Дашков и К	2012	http://www.iprbookshop.ru/5983.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Дизайн логотипов и бланков. М., 2008.
2. Лоренц Ян, Сколник Ли, Бергер Крейг. Дизайн выставок. М., 2008.

3. Маэда Джон. Законы простоты. Дизайн. Технологии. Бизнес. Жизнь. М., 2008.
4. Тимоти Самара. Дизайн публикаций. Практикум. М., 2007.
5. Гарретт Дж. Веб-дизайн. Элементы опыта взаимодействия. М., 2008.

6.4. Нормативные правовые документы.
Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.
1. www.aiga.org
2 www.adcglobal.org/
3. library.rit.edu/gda/designers

6.6. Иные источники.
1. Аронов В. Дизайн в культуре XX века. 1945 – 1990. – М., изд. Дм. Аронов. – 2013.
2. Белецкий М. Дизайн и современность. Размышления о старом и новом в типографике XX века // ПРО100 дизайн. – 2004. – № 6 (15). – С. 16 – 23; 2005. – № 1 (16). – 10 – 19.
3. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. – М., изд. Дм. Аронов. – 2006.
4. Глинтерник Э. М. Графический дизайн как художественно-коммуника¬тив¬ная система и средство рекламы. – СПб., 2002.
5. Демшина А. Ю. Визуальные искусства в ситуации глобализации культуры: институциональный аспект. — СПб. : Астерион, — 2010.
6. Докторов Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов / Б. З. Докторов. – М. : ЦСП, 2008.
7. Ефимов В. В. Великие шрифты. Книга первая. Истоки / В. В. Ефимов. – М.: Паратайп, – 2007.
8. Лаврентьева Е. А. Текст и контекст в графическом дизайне. Актуальные проблемы и тенденции визуализации текста. – М. – 2008.
9. Лаптев В. В. Герб Любалин. Фигуративная типографика // ПРО100 дизайн. – 2008. – № 3 – 4 (30). – С. 33 – 35.
10. Лаптев В. В. Коммерческий дизайн Америки 1950-х // Identity. – 2005 – № 4. – С. 54 – 57.
11. Нельсон Дж. Проблемы дизайна / Пер. Куниной Д.Э. и Сильвестрова Д.В., предислов. Кантора К.М. — М. : Прогресс, 1971.
12. Carter R. et al. Typographic Design: Form and Communications / Rob Carter. – New York : Van Nostrand Reinhold, 1985.
13. Glaser M. Milton Glaser : Graphic Design / Milton Glaser. – New York : Overlook Press, 1973.
14. Meggs Ph. B. History of Graphic Design / Philip B. Meggs. – New York : Van Nostrand Reinhold, 1983.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;

- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).