

Министерство образования и науки Республики Казахстан  
Карагандинский государственный технический университет

**«Утверждаю»**  
**Председатель Ученого совета,**  
**Ректор КарГТУ, академик НАН РК**  
**\_\_\_\_\_ Газалиев А.М.**  
**« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015г.**

**ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ СТУДЕНТА  
(SYLLABUS)**

Дисциплина DRP 3305 «Дизайн рекламной продукции»

Модуль RD 30 «Реклама и дизайн»

Специальность 5В070400 – «Вычислительная техника и программное  
обеспечение»

Факультет информационных технологий

Кафедра – «Информационные технологии и безопасность»

## Предисловие

Программа обучения по дисциплине для студента (syllabus) разработана: старшим преподавателем кафедры ИТБ Авиловой Е.К.

Обсуждена на заседании кафедры «Информационные технологии и безопасность»

Протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015г.

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Коккоз М.М. « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015г.

Одобрена учебно-методическим советом факультета информационных технологий

Протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015г.

Председатель \_\_\_\_\_ Д.У. Капжаппарова. « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2015г.

## Сведения о преподавателе и контактная информация

Авилова Елена Константиновна, старший преподаватель

Кафедра «Информационные технологии и безопасность» находится в главном корпусе КарГТУ (Б.Мира, 56), аудитория 429, контактный телефон 56-75-98 доб. 1028.

### Трудоемкость дисциплины

Семестр	Количество кредитов	ECTS	Вид занятий					Количество часов СРС	Общее количество часов	Форма контроля
			количество контактных часов			количество часов СРСП	всего часов			
			лекции	практические занятия	лабораторные занятия					
5	4	6	15	15	30	30	90	30	90	КП, Т

### Характеристика дисциплины

Дисциплина «Дизайн рекламной продукции» является вузовской компонентой цикла базовых дисциплин.

Дисциплина рассматривает историю рекламы, методики создания рекламной кампании, а также элементов фирменного стиля.

### Цель дисциплины

Целью дисциплины является изучение методик создания рекламной кампании, а также разработать фирменный стиль для продукта или услуги.

### Задачи дисциплины

Иметь представление о:

- закон о Рекламе Республики Казахстан
- методах разработки фирменного стиля

Знать:

- основы компьютерной графики, программные средства компьютерной графики, основы представления цвета, графические форматы и их структуру; устройства ввода/вывода графической информации, их характеристики и настройка, методы растрования, методы преобразования растровых изображений; основы компьютерного дизайна, построения и анализа изображений, основы композиции, пропорции и перспективы; методы работы с растровой и векторной графикой, обработки и коррекции изображений; имитации техник графического дизайна, подготовки графических проектов, основы разработки компьютерных шрифтов, методы разработки фирменного стиля.

Уметь:

- анализировать сложные графические образы, оценивать качество растровых, векторных изображений и шрифтов, использовать программные средства компьютерной графики для создания элементов графического дизайна и обработки растровых и векторных изображений, создания графических проектов и элементов фирменного стиля.

## Пререквизиты

Для изучения данной дисциплины необходимо усвоение следующих дисциплин: «Информатика».

## Постреквизиты

Знания, полученные при изучении дисциплины «Дизайн рекламной продукции» используются при освоении следующих дисциплин: «Дизайн печатной продукции».

## Тематический план дисциплины

Наименование раздела, (темы)	Трудоемкость по видам занятий, ч.				
	Лекции	практические	Лабораторные	СРСП	СРС
Понятие и виды рекламы;	1				4
История рекламы; Закон о Рекламе в РК;	1				4
Классификация средств рекламы (текст, изображения);	1				4
Разработка фирменного стиля (основные элементы: лого, фирменные цвета, шрифты, цвета, слоган, фирменный герой);	1				4
Теле и радиореклама;	1				4
Печатная реклама;	1				4
Наружная реклама; реклама на транспорте;	1				4
Интернет реклама;	1				4
Особенности финансовой и социальной рекламы;	1				4
Брединг;	1				4
Рекламное агентство и его функции;	1				4
Рекламодатель и продукт;	1				4
Рекламные кампании;	1				4
Эффективность рекламы;	1				4
Модели рекламного воздействия.	1				4
Виды логотипов (шрифтовой, рисованный, комбинированный);			8		
Разработка элементов фирменного стиля;			4		
Разработка деловой документации;			4		
Разработка наружной рекламы;			4		
Разработка печатной продукции;			6		
Разработка сувенирной продукции;			2		
Оформление брендбука.			2		
Особенности современного рынка рекламы.		1			
Развитие рекламы на рынке потребительских товаров (на примере конкретного товара или фирмы).		1			

Современное состояние рекламного рынка в России и Казахстане.		1			
Современные виды, средства, формы и методы рекламной деятельности.		1			
«Директ-маркетинг» и его значение в современной рекламной деятельности.		1			
«Паблик рилейшнз» как создание фона продвижению товара на рынок.		1			
Современные формы и методы стимулирования продаж.		1			
Связь рекламной деятельности с циклом жизни товара (на примере рынка конкретного товара).		1			
Теория имиджа и ее роль в разработке современной рекламной продукции.		1			
Стратегии позиционирования торговых марок и его роль в рекламе.		1			
Особенности восприятия рекламной информации целевыми аудиториями.		1			
Роль знаков, символов и мифов в рекламе.		1			
Товарные знаки, их функции и классификация.		1			
Создание фирменного стиля и его роль в брендинге.		1			
Оценка эффективности рекламных мероприятий.		1			
Разработка бренда (методы создания);				4	
Внедрение бренда;				4	
Бренд и карьера;				4	
Реклама в системе маркетинговых коммуникаций (Стимулирование быта; Прямой маркетинг; Паблик рилейшнз;)				4	
Реклама в прессе;				4	
Реклама на телевидении;				4	
Реклама на радио;				4	
Наружная и транзитная реклама;				4	
Реклама в кинотеатрах;				4	
Выставки и ярмарки;				4	
Другие средства распространения рекламы;				4	
Планирование рекламной кампании (Понятие, виды и основные этапы; Бриф; Определение рекламной стратегии; Формирование рекламного бюджета;				4	
Выбор рекламных средств и носителей рекламы);				4	
Рекламные исследования и эффективность;				4	

Реклама в отраслях и сферах деятельности (Рекламная деятельность промышленных предприятий; Мерчендайзинг; Особенности рекламной деятельности туристических фирм; Реклама банковских услуг)				4	
Итого	15	15	30	60	60

### **Перечень лабораторных занятий**

Лабораторная работа №1 Виды логотипов (шрифтовой, рисованный, комбинированный)(8 час);

Лабораторная работа №2 Разработка элементов фирменного стиля (4 час);

Лабораторная работа №3 Разработка деловой документации (4 час);

Лабораторная работа № 4 Разработка наружной рекламы (4 час);

Лабораторная работа № 5 Разработка печатной продукции (6 час);

Лабораторная работа № 6 Разработка сувенирной продукции (2 час);

Лабораторная работа N 7 Оформление брендбука (2 час).

### **Темы контрольных заданий для СРС**

1. Понятие и виды рекламы;
2. История рекламы; Закон о Рекламе в РК;
3. Классификация средств рекламы (текст, изображения);
4. Разработка фирменного стиля (основные элементы: лого, фирменные цвета, шрифты, цвета, слоган, фирменный герой);
5. Теле и радиореклама;
6. Печатная реклама;
7. Наружная реклама; реклама на транспорте;
8. Интернет реклама;
9. Особенности финансовой и социальной рекламы;
10. Брэдинг;
11. Рекламное агентство и его функции;
12. Рекламодатель и продукт;
13. Рекламные кампании;
14. Эффективность рекламы;
15. Модели рекламного воздействия.

### **Критерии оценки знаний студентов**

Экзаменационная оценка по дисциплине определяется как сумма максимальных показателей успеваемости по рубежным контролям (до 60%) и итоговой аттестации (экзамен) (до 40%) и составляет значение до 100%.

### **Политика и процедуры**

При изучении дисциплины «Дизайн рекламной продукции» прошу соблюдать следующие правила:

1. Не опаздывать на занятия.
2. Не пропускать занятия без уважительной причины, в случае болезни

предоставлять справку, в других случаях – объяснительную записку.

3. Иметь все необходимое для проведения занятия.

5. Активно участвовать в учебном процессе.

6. В срок выполнять необходимую для освоения дисциплины самостоятельную работу.

7. Быть терпимыми, открытыми, откровенными и доброжелательными к сокурсникам и преподавателям.

### График выполнения и сдачи заданий по дисциплине

Вид контроля	Цель и содержание задания	Рекомендуемая литература	Продолжительность выполнения	Форма контроля	Срок сдачи	Баллы
Проверка заданий СРС	Понятие и виды рекламы;	[1-6] конспекты лекций	1 неделя	Текущий	2 неделя	1
Защита практической работы	Особенности современного рынка рекламы. Развитие рекламы на рынке потребительских товаров (на примере конкретного товара или фирмы).	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	2 неделя	1
Проверка заданий СРС	История рекламы; Закон о Рекламе в РК;	[1-6] конспекты лекций	1 неделя	Текущий	3 неделя	1
Защита практической работы	Современное состояние рекламного рынка в России и Казахстане. Современные виды, средства, формы и методы рекламной деятельности.	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	4 неделя	1
Защита лабораторной работы	Виды логотипов (шрифтовой, рисованный, комбинированный)	[1-6] конспекты лекций	4 недели	Текущий	4 неделя	3
Проверка заданий СРС	Классификация средств рекламы (текст, изображения);	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	4 неделя	1
Проверка заданий СРС	Разработка фирменного стиля (основные элементы: лого, фирменные цвета, шрифты, цвета, слоган, фирменный герой);	[1-6] конспекты лекций	1 неделя	Текущий	5 неделя	1
Защита практической работы	«Директ-маркетинг» и его значение в современной рекламной	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	6 неделя	1

Вид контроля	Цель и содержание задания	Рекомендуемая литература	Продолжительность выполнения	Форма контроля	Срок сдачи	Баллы
ты	деятельности. «Паб-лик рилейшнз» как создание фона продвижению товара на рынок.					
Защита лабораторной работы	Разработка элементов фирменного стиля;	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	6 неделя	3
Проверка заданий СРС	Теле и радиореклама;	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	6 неделя	1
Письменный опрос	По темам лекций	конспекты лекций	1 контакт. час	Рубежный	6 неделя	10
Проверка заданий СРС	Печатная реклама;	[1-6] конспекты лекций	1 неделя	Текущий	7 неделя	1
Защита практической работы	Современные формы и методы стимулирования продаж. Связь рекламной деятельности с циклом жизни товара	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	8 неделя	1
Защита лабораторной работы	Разработка деловой документации;	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	8 неделя	2
Проверка заданий СРС	Наружная реклама; реклама на транспорте;	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	8 неделя	1
Проверка заданий СРС	Интернет реклама;	[1-6] конспекты лекций	1 неделя	Текущий	9 неделя	1
Защита практической работы	Теория имиджа и ее роль в разработке современной рекламной продукции. Стратегии позиционирования торговых марок и его роль в рекламе.	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	10 неделя	1
Защита лабораторной работы	Разработка наружной рекламы;	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	10 неделя	2
Проверка заданий СРС	Особенности финансовой и социальной рекламы	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	10 неделя	1
Проверка заданий СРС	Брединг;	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	11 неделя	1
Защита	Особенности воспри-	[1-6]	2 недели	Текущий	12	2



Вид контроля	Цель и содержание задания	Рекомендуемая литература	Продолжительность выполнения	Форма контроля	Срок сдачи	Баллы
практической работы	иятия рекламной информации целевыми аудиториями. Роль знаков, символов и мифов в рекламе.	конспекты лекций			неделя	
Защита лабораторной работы	Разработка печатной продукции;	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	12 неделя	4
Проверка заданий СРС	Рекламное агентство и его функции;	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	12 неделя	1
Защита лабораторной работы	Разработка сувенирной продукции;	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	13 неделя	2
Проверка заданий СРС	Рекламодатель и продукт;	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	13 неделя	1
Письменный опрос	По темам лекций	[1-6] конспекты лекций	1 контактный час	Рубежный	14 неделя	10
Защита практической работы	Товарные знаки, их функции и классификация. Создание фирменного стиля и его роль в брендинге. Оценка эффективности рекламных мероприятий.	[1-6] конспекты лекций	2 недели	Текущий	14 неделя	2
Защита лабораторной работы	Оформление брендбука.	[1-6] конспекты лекций	1 неделя	Текущий	14 неделя	1
Проверка заданий СРС	Рекламные кампании;	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	14 неделя	1
Проверка заданий СРС	Эффективность рекламы; Модели рекламного воздействия.	[1-6] конспекты лекций	2 неделя	Текущий	15 неделя	1
КП, Т	Разработка фирменного стиля	[1-6] конспекты лекций	3 часа	Итоговый	В период сессии	40
Итого						100

### Список основной литературы

1. Бернадская Ю.С. и др. Основы рекламы: Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотровя.– М.: Наука, 2005. – 281 с.
2. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность

М.: Академия, 2005. - 96 с.

3. Тим Хорроуэр «Настольная книга газетного дизайнера» М.: Академия, 2005. - 212 с.

#### **Список дополнительной литературы**

1. Гед Т., Розенкрейц А. «Создай свой бренд» ОАО «Техническая книга» 2004. - 187 с.

2. Роберт Брингхерст «Основы стиля в типографике»

М.: Д. Аронов 2006. - 434 с.

3. Мильчин А.Э., Чельцова Л.К. «Справочник издателя и автора» М.: АСТ 1998. - 86с.

**ПРОГРАММА ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ СТУДЕНТА  
(SYLLABUS)**

Дисциплина DRP 3305 «Дизайн рекламной продукции»

Модуль DR 30 «Реклама и дизайн»

Гос. изд. лиц. №50 от 31.03.04

Подписано к печати \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Формат 90x60/16 Тираж \_\_\_\_\_ экз.

Объем \_\_\_\_\_ уч. изд. л. Заказ № \_\_\_\_\_ Цена договорная .

---

100027 Издательство КарГТУ Караганда, Бульвар Мира, 56