

Приложение 1 к РПД Проектирование рекламного комплекса

54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) Графический дизайн

Форма обучения – очная

Год набора - 2022

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.	Кафедра	Искусств и дизайна
2.	Направление подготовки	54.03.01 Дизайн
3.	Направленность (профиль)	Графический дизайн
4.	Дисциплина (модуль)	Проектирование рекламного комплекса
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

I. Методические рекомендации.

1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

Изучение дисциплины «Проектирование рекламного комплекса» позволяет студенту сформировать практические компетенции, обеспечивающие успешную деятельность в сфере проектирования шрифтовых форм, шрифтовых композиций и других носителей информации, зафиксированной при помощи шрифта.

Работа с лекционным материалом – это работа с записями.

Материал лекций является алгоритмом поиска информации на заданную тему, ориентирует в проблемах и ресурсах информационных систем. Материалы лекции необходимо использовать для подготовки к практическим занятиям. В ходе лекции следует внимательно относиться к тем моментам, где преподаватель указывает на основные и дополнительные источники информации: следует четко записывать данные источника, оставлять место для дополнительных комментариев, а также для того, чтобы записать аналогичный источник информации, раскрывающий данный пункт темы. В качестве дополнительной работы следует применять метод формализации записей, то есть на свободном месте создавать схемы, зафиксированного материала. Новые термины, понятия, определения следует выделять, добиваться глубокого запоминания формулировок, а также мысленно выстраивать логику связей между терминами и определениями различных модулей.

1.2. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения практических занятий

Дисциплина «Проектирование рекламного комплекса» практикоориентированная. Она закрепляет знания, полученные ранее на занятиях компьютерной графикой. Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий. Самостоятельная работа студента предполагает выполнение дома работ по проектированию рекламного комплекса. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания:

- изучают рекомендованную литературу;

- выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические работы.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практическое занятие и указания на самостоятельную работу.

Практическое занятие предполагает самостоятельную работу по заданной теме с обязательной проверкой выполнения преподавателем.

При подготовке к практическому занятию студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает с использованием технологической карты дисциплины, размещенной на сайте МАГУ.

1.3 Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

В ходе подготовки к семинарским занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Можно подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Можно дополнить список рекомендованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

1.4 Методические рекомендации по подготовке презентаций

Подготовку презентационного материала следует начинать с изучения нормативной и специальной литературы, статистических данных, систематизации собранного материала. Презентационный материал должен быть достаточным для раскрытия выбранной темы.

Подготовка презентационного материала включает в себя не только подготовку слайдов, но и отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

Создание презентационного материала дает возможность получить навыки и умения самостоятельного обобщения материала, выделения главного.

При подготовке мультимедийного презентационного материала важно строго соблюдать заданный регламент времени.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступления, основной части и заключения. Прежде всего, следует назвать тему своей презентации, кратко перечислить рассматриваемые вопросы, избрав для этого живую интересную форму изложения.

Большая часть слайдов должна быть посвящена раскрытию темы. Задача выступающего состоит не только в том, что продемонстрировать собственные знания, навыки и умения по рассматриваемой проблематике, но и заинтересовать слушателей, способствовать формированию у других студентов стремления познакомиться с нормативными и специальными источниками по рассматриваемой проблематике.

Алгоритм создания презентации

1 этап – определение цели презентации

2 этап – подробное раскрытие информации,

3 этап - основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;

- на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;
 - все оставшиеся слайды имеют информативный характер.
- Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Рекомендации по созданию презентации:

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут.

1.5. Методические рекомендации по написанию эссе

Внимательно прочтите все темы (высказывания), предлагаемые для написания эссе.

Выберите ту, которая будет отвечать нескольким требованиям:

- а) интересна вам;
- б) вы в целом поняли смысл этого высказывания;
- в) по данной теме есть что сказать (знаете термины, можете привести примеры, имеете личный опыт и т.д.).

Определите главную мысль высказывания (о чем оно?), для этого воспользуйтесь приемом перифраза (скажите то же самое, но своими словами).

Набросайте аргументы «за» и/или «против» данного высказывания. Если вы наберете аргументы и «за», и «против» афоризма, взятого в качестве темы, ваше эссе может носить полемический характер.

Для каждого аргумента подберите примеры, факты, ситуации из жизни, личного опыта и т.д.

Еще раз просмотрите подобранные иллюстрации.

Подумайте, какие литературные приемы вы будете использовать, чтобы сделать язык вашего эссе более интересным, живым (сравнения, аналогии, эпитеты и т.д.).

Распределите подобранные аргументы и/или контраргументы в последовательности. Это будет ваш условный план.

Придумайте вступление к рассуждению (в нем можно написать, почему вы выбрали это высказывание, сразу определить свою позицию, задать свой вопрос автору цитаты и т.д.).

Изложите свою точку зрения в той последовательности, которую вы наметили.

Сформулируйте общий вывод работы и, если необходимо, отредактируйте ее.

1.6. Методические указания к выполнению тестовых заданий

Тестовая система предусматривает вопросы / задания, на которые необходимо дать один или несколько вариантов правильного ответа из предложенного списка ответов. При поиске ответа необходимо проявлять внимательность. Прежде всего, следует иметь в виду, что в предлагаемом задании всегда будет один правильный и один неправильный ответ. Всех правильных или всех неправильных ответов быть не может. Нередко в вопросе уже содержится смысловая подсказка, что правильным является только один ответ, поэтому при его нахождении продолжать дальнейшие поиски уже не требуется.

Вопросы в тестах могут быть обобщенными, не затрагивать каких-то деталей, в этом случае необходимо найти ответ, который является верным по существу, обобщает какое-либо понятие, раскрывает процесс и т.п.

Тестовые задания сгруппированы по темам учебной дисциплины.

Количество тестовых вопросов/заданий по каждой теме определено так, чтобы быть достаточным для оценки знаний по всему пройденному материалу.

1.7. Работа с дополнительной литературой и другими источниками информации

Эта работа отражает специфику дисциплины, где в базовых основаниях в большей мере лежат электронные ресурсы, версии программного обеспечения для конструирования дизайнерских решений продуктов и услуг, оцифрованные учебные материалы. Это повышает требования к умению работать с большими объемами данных, агрегировать знания из различных источников, самостоятельно выстраивать логику освоения нового материала, в том числе дополнительного характера. Рекомендуется использовать источники информации официального характера, открытые ресурсы исследовательских и проектных университетов, веб-порталы бизнес-ассоциаций и образовательных площадок. Вместе с тем для освоения курса целесообразно проводить мониторинг социальных медиаресурсов, которые имеют группы по изучаемой теме. Для формирования экспертного опыта необходимо использовать отзывы посетителей о дизайн-проектах, мобильных сервисах и других продуктах, связанных с инновациями в сервисе.

Оценка эффективности самостоятельной работы проводится в ходе аудиторных занятий, путем использования контрольных вопросов и тестовых материалов, связанных с темами, нераскрытыми в лекции. Также на основании знаний, полученных индивидуально, студентам предлагается принять участие в научно-практических конференциях, неделе науки и др.

Для формирования компетенций и углубленного изучения вопросов следует составлять схемы, алгоритмы и таблицы. Итоговый материал должен быть кратким, содержать примеры, географические названия, профессиональные термины.

1.8. Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета.

Подготовка к зачету предполагает последовательную активность в освоении материалов курса, участие в лабораторных занятиях, выполнение заданий для самостоятельной работы. В период подготовки к зачету студенты вновь обращаются к учебно-методическим материалам и закрепляют промежуточные знания. На зачет выносится материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр.

Подготовка студента к зачету включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы.

При подготовке к зачету студентам целесообразно использовать материалы лекций, основную и дополнительную литературу.

Зачет проводится в устной форме по билетам, которые утверждаются на заседании кафедры и включают в себя два вопроса. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

Преподавателю предоставляется право задавать студентам вопросы в рамках билета, а также, помимо теоретических вопросов, предлагать задачи практико-ориентированной направленности по программе данного курса.

На подготовку к ответу на билет на зачете отводится 20 минут.

Результат зачета выражается оценками «зачтено», «незачтено».

При явке на зачет студенты обязаны иметь при себе зачетную книжку, которую они предъявляют преподавателю в начале зачета, а также письменные принадлежности. За нарушение дисциплины и порядка студенты могут быть удалены с зачета.

II. Планы практических занятий

Практическая работа 1.

Тема 1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания.

Возьмите любое рекламное обращение, предварительно вырезав его из газеты или журнала, наклейте на лист формата А4. На листе составьте таблицу элементов оформления по подгруппам, пронумеровав их по порядку. Обозначьте соответствующими номерами все элементы оформления, которые были использованы в выбранной вами рекламе. Проанализируйте, какие законы композиции в ней использованы, и с помощью каких средств достигнут подобный результат, какой образ стремился создать в нем дизайнер, насколько он соответствует вашему представлению о данном объекте.

Вопросы для самоконтроля:

1. Структура рекламного сообщения
2. Элементы рекламного текста. Способы выделения
3. Изобразительная часть рекламы и требования к ней
4. Какую роль играет использование цвета в рекламе?

Литература:[1, с. 5]; [2].

Практическая работа №2.

Тема 2. Бриф и медиапланирование как основа проектирования рекламного комплекса.

Создать рекламу для вашей фирмы или продукта. Для этого необходимо заполнить бриф (техническое задание), рассмотреть рекламную продукцию аналогичных фирм или продуктов с точки зрения эффективности ее дизайна, проанализировать, какие законы композиции в ней использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект, написать текст, придумать заголовок, иллюстрацию, разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу, выполнить дизайн-макет рекламы.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое творческий бриф? Его структура.
2. Медиапланирование и бюджет рекламной кампании
3. Этапы реализации рекламного комплекса.

Литература:[1, с. 9-37]; [2, с. 5-29].

Практическая работа №3

Тема 3. Сегментирование целевой аудитории.

Создать рекламу для конкретной целевой аудитории. Для этого необходимо заполнить бриф (техническое задание), рассмотреть рекламную продукцию аналогичных фирм или продуктов с точки зрения эффективности ее дизайна, проанализировать, какие законы композиции в ней использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект, написать текст, придумать заголовок, иллюстрацию, разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу, выполнить дизайн-макет рекламы.

Вопросы для самоконтроля:

1. Методы сегментирования целевой аудитории.
2. Этапы разработки рекламы
3. Психология рекламы. Способы воздействия на ЦА.

Литература:[3, с. 112-114].

Практическая работа №4.

Тема 4. Проектирование и технологии производства рекламного продукта.

Создать рекламу для вашей фирмы или продукта. Для этого необходимо заполнить бриф (техническое задание), рассмотреть рекламную продукцию аналогичных фирм или продуктов с точки зрения эффективности ее дизайна, проанализировать, какие законы композиции в ней использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект, написать текст, придумать заголовок, иллюстрацию, разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу, выполнить дизайн-макет рекламы.

Вопросы для самоконтроля:

1. Проектирование рекламной компании
2. Этапы производства рекламного продукта.
3. Правовые аспекты рекламной деятельности.

Литература:[1, с. 76-80].

Эссе.

Тема: Современная реклама, способы воздействия.

План:

1. Оформление текста как явление культуры. Пластический образ знаковых систем.
2. Национальные и стилевые особенности производства рекламы.
3. Кросскультурные проекты.

Важной формой работы над усвоением курса является также эссе. Эссе по дисциплине «Полиграфический дизайн и реклама» должно выражать личностную позицию обучающегося.

Эссе студента — это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Автор должен четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории рекламы, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать свои позиции конкретными примерами, использовать научный стиль речи.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и рассматриваемых в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Вопросы для самоконтроля:

1. Дайте прогноз по тенденциям развития рекламы в будущем на глобальном рынке.

Литература:[2, с. 76-80].

Индивидуальное задание 1.

«Разработка рекламно-графического комплекса»

Студент выбирает направление деятельности компании и разрабатывает фирменный стиль (базовые константы): фирменный знак черно-белый и цветной; выбирает фирменный шрифт, фирменный цвет; разрабатывает деловую документацию (визитную карточку, бланк, конверт). Все базовые константы должны быть обоснованы студентом в описании стадии исследования и реализации. Дополнительно студент разрабатывает от 5-ти дополнительных носителей рекламного комплекса. Это может быть календарь, фирменный блокнот, ручка и т.д. Обязательным дополнительным носителем должен быть рекламный модуль. Рекламный комплекс должен быть разработан в программе векторной компьютерной графики (Adobe Illustrator или Corel Draw).

Индивидуальное задание 2.

«Проектирование рекламной кампании предприятия».

Студент на основе выполненного предыдущего задания разрабатывает рекламный комплекс, который включает в себя творческий бриф, медиаплан, рекламную акцию, пример графической поддержки рекламной акции, проводит сегментирование и проектирует визуальную рекламу и рекламное сообщение согласно выявленной ЦА продукта/услуги.