

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа дисциплины
РЕКЛАМНЫЕ КОНСТРУКЦИИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки
Реклама и связи с общественностью

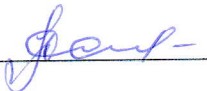
Квалификация:

Бакалавр

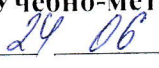
Форма обучения

Очная

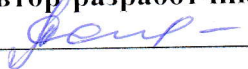
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с
общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
 24.06.2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
14.04.2021 г., протокол № 10
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:
 Фейлинг Т.Б.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины – формирование знаний, умений и компетенций в области регламентов и эксплуатации конструкций рекламных носителей, определения их потребительских свойств и эффективности.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с основными целями и задачами рекламных конструкций, их спецификой;
- сформировать представление об основных факторах, определяющих эффективность рекламных конструкций;
- выработать практические навыки, связанные с эксплуатацией конструкций рекламных носителей;
- познакомить с требованиями на размещение конструкций рекламных и информационных носителей.

2. Место дисциплины в структуре ООП.

Дисциплина «Рекламные конструкции» относится к части дисциплин ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений; обеспечивает подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 8 семестре, объем дисциплины -144 ак. часов, 4 зачетные единицы.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Интегрированные коммуникации», «Медиапланирование и современные медиа», «Социальная реклама», «Реклама в коммуникационном процессе», «Реклама и PR технологии в экологии», «Реклама и PR технологии в развитии регионов», а также «Профессионально-творческая практика».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Рекламные конструкции» используются в дальнейшем в Преддипломной практике и подготовке ВКР.

Основными видами занятий при изучении дисциплины являются лекции и практические занятия. На лекциях излагаются наиболее сложные вопросы, имеющие концептуальное и методологическое значение в решении задач подготовки специалистов данного профиля.

На практических занятиях отрабатываются ключевые практические вопросы, формируются необходимые умения и навыки.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:
ПК-3(ПК-3.2; ПК-3.3)

Таблица формируемых компетенций

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Результаты обучения
ПК-3. Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям	ПК-3.2 Учитывает особенности воздействия коммуникационных обращений на целевые аудитории	Знать требования на размещение конструкций рекламных и информационных носителей Уметь использовать особенности и различия конструкций рекламных носителей для воздействия на определенные целевые аудитории Владеть навыками подготовки рекламных обращений для конкретных конструкций рекламных носителей
	ПК-3.3 Оценивает эффективность выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории	Знать возможности конструкций рекламных и информационных носителей Уметь использовать конструкции рекламных и информационных носителей для эффективного воздействия на определенные целевые аудитории Владеть навыками оценки эффективности конструкций рекламных и информационных носителей для эффективного воздействия на определенные целевые аудитории

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 часа, 4 зачетных единицы

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объём дисциплины	Всего часов
	Очная форма обучения
Общая трудоёмкость дисциплины	144
Контактная работа обучающихся с преподавателям (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	56
в том числе:	
лекции	28
практические занятия	28
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	88
в том числе:	
курсовая работа	
контрольная работа	-
Вид промежуточной аттестации	Экзамен

4.2. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	Индикаторы достижений
			Лекции	Семинары	Самост. работа			
1	Тема 1. Основные понятия в рекламных конструкциях	8	2	2	6	опрос, сообщения	ПК-3	ПК-3.2
2	Тема 2. Этапы конструирования.	8	2	2	6	Доклады, сообщения	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
3	Тема 3. Потребительские свойства конструкций.	8	2	2	6	Доклады, сообщения задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
4	Тема 4. Художественный образ рекламных конструкций	8	2	2	6	Доклады, сообщения задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3

5	Тема 5. Особенности восприятия рекламы.	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
6	Тема 6. Конструкции в наружной рекламе.	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
7	Тема 7. Конструкции выставочного оборудования.	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
8	Тема 8. Информационные системы.	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
9	Тема 9. Конструкции витрин. POS-конструкции	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
10	Тема 10. Рекламные конструкции на транспорте.	8	2	2	7	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
11	Тема 11. Декоративные конструкции.	8	2	2	7	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
12	Тема 12. Книги и документы.	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
13	Тема 13. Тара и упаковка.	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
14	Тема 14. Эффективность рекламных конструкций	8	2	2	6	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.2 ПК-3.3
	ИТОГО		28	28	88			

4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Основные понятия в рекламных конструкциях.

Понятие рекламных конструкций. Виды. Значение конструирования. Эскиз. Чертеж. Материалы, применяемые при проектировании рекламных конструкций. Регламенты установки и эксплуатации рекламных конструкций. Городские инстанции на размещение рекламных и информационных носителей.

Тема 2. Этапы конструирования.

Постановка задачи. Разработка технического содержания. Основные сведения об объекте. Сроки и качество проектирования.

Разработка /проектирование. Построение системы, исследование новых принципов, структур, обоснование наиболее общих решений. Техническое предложение.

Эскизный этап - детальная проработка возможности построения системы, результатом которого является эскизный проект.

Этап технического проектирования - выполняется укрупненное представление всех конструкторских и технологических решений; результатом этого этапа является технический проект.

Этап рабочего проектирования- производится детальная проработка всех блоков, узлов и деталей проектируемой системы, а также технологических процессов производства деталей и их сборки в узлы и блоки.

Этап реализации - непосредственное изготовление изделия(пробное/серийное), а также монтаж и установка изделия.

Отношение конструктор – заказчик. Унификация и стандарт. Единая система конструкторской документации (ЕСКД). Понятие технологической карты.

Тема 3. Потребительские свойства конструкций.

Потребительские свойства конструкций. Эргономика. Элементы конструкций. Штучное, комплексное, системное конструирование. Функция, морфология, технология. Принцип конструктора.

Тема 4. Художественный образ рекламных конструкций.

Алгоритм творческой работы. Правила, определяющие внешний облик, оформление и порядок размещения стилистически единых элементов городской среды, разработанный исходя из особенностей территории (типовой или исторической), включающий текстовые и графические материалы.

Тема 5. Особенности восприятия рекламы.

Психологические, физиологические, антропометрические свойства вещи. Экономические стандарты. Эргономические схемы, иллюстрации, особенности восприятия рекламы.

Тема 6. Конструкции в наружной рекламе.

Область применения. Характеристика зданий и сооружений. Виды наружной рекламы. Объемные буквы. Световые короба, маркизы, постеры. Осветительная арматура. Виды конструкционных материалов и способы использования. Виды пленок и пластмассы. Вспомогательное оборудование для производства рекламных конструкций.

Виды наружных конструкций. Городская мебель. Особенности размещения. Согласование. Эксплуатация конструкций. Риски в эксплуатации наружных конструкций. Утилизация конструкций.

Тема 7. Конструкции выставочного оборудования.

Характеристика выставочных помещений. Модульные сетки и конфигураторы. Состав выставочного оборудования. Подвижные и неподвижные конструкции. Конструктивные элементы (узлы, блоки, панели, напольные

конструкции). Конструкционные материалы. Этапы конструирования. Машины, механизмы, торговое оборудование.

Тема 8. Информационные системы.

Область применения (офис, вокзал, спортивные соревнования). Основные понятия. Виды конструкций (вывески, знаки, таблички, схемы). Психологическое восприятие. Система. Системы для офиса (зажимы, фиксаторы, электроарматура). Особенности изготовления и установки, обслуживания.

Тема 9. Конструкции витрин. POS-конструкции.

Область применения (магазин, торговое представительство, фирменная продажа, виды торговых объектов). Основные понятия. Виды конструкций (дизайнерские, инсталляции, продукт-конструкция).

Тема 10. Рекламные конструкции на транспорте.

Виды транспортных систем (автомобильная, железнодорожная, морская и т.д.). Характеристика полимерных пленок, виниловых тканей, лент. Конструкторские особенности городского транспорта. Краски и покрытия, способы их нанесения и обслуживания. Растровые технологии. Электроосветительная арматура. Виды конструкций (профили, панели, крепления и т.п.). Особенности изготовления, установки, обслуживания

Тема 11. Декоративные конструкции

Область применения. Особенности национальной рекламы. Виды традиционных технологий (ковка, керамика, резьба, роспись, плетение, витраж и т.п.) Монументальные конструкции.

Тема 12. Книги и документы. Виды печати. Виды конструкций

Область применения. Виды печати. Виды конструкций (свитки, папки, календари, буклеты, конверты и т.п. Сборно-разборные и монолитные конструкции книги. Фальцовка, брошюровка, склейка, ламинирование, штамповка, фигурная резка. Машины и аппараты.

Тема 13. Тара и упаковка

Область применения. Продовольственная упаковка. Разовая и многоразовая. Эксплуатационные требования. Конструкционные материалы (бумага, картон, пленка, пластмасса, древесина, сталь). Сувенирная упаковка.

Тема 14. Эффективность рекламных конструкций

Классификация общественных пространств. Размещение конструкций в городской среде. Размещение конструкций вне городского пространства. Конструкции внутри помещений. Конверсия торгового пространства.

4.3. Семинарские, практические занятия, их содержание

№ темы	Наименование практических занятий	Всего часов	
1	Художественное конструирование, творческая проектная деятельность	2	
2	Разработка рекламной конструкции (по видам, назначению)	2	
3	Восприятие рекламного продукта (в зависимости от вида конструкций и материалов)	2	
4	Рекламные конструкции и элементы городской среды	2	
5	Эргономические схемы, иллюстрации, особенности восприятия рекламы.	2	
6	Виды конструкционных материалов. Эффективность наружных конструкций	2	
7	Анализ выставочных конструкций	2	
8	Особенности изготовления, установки, обслуживания информационных конструкций	2	
9	Современные витрины. Рекламные конструкции в местах продаж	2	
10	Транспорт как носитель рекламной продукции. Конструктивные особенности.	2	
11	Декоративное искусство в рекламных конструкциях	2	
12	Виды конструкций в корпоративной документации.	2	
13	Упаковка как носитель рекламной продукции. Материалы, конструкционные особенности	2	
14	Эффективность рекламной продукции в зависимости от носителя.	2	
Итого часов		28	

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций темы дисциплины сопровождаются методическими материалами, которые размещены в электронном виде на кафедре ИТУвГСБ и на платформе moodle.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале.

Максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100:

максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;

максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;
максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;
максимальное количество дополнительных баллов - 10

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

6.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен.

Форма проведения экзамена –устный опрос по билетам

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ПК-3.

Перечень вопросов к экзамену:

ПК-3.2

1. Понятия «конструкция» и «технологии».
2. Виды конструкций. Значение конструирования.
3. Понятие конструктивно-технологической карты и макета.
4. Материалы, применяемые при проектировании рекламных конструкций.
5. Регламенты установки и эксплуатации рекламных конструкций.
6. Городские инстанции на размещение рекламных и информационных носителей
7. Разработка технического содержания. Основные сведения об объекте.
8. Эскизный этап. Значение. Результат.
9. Этап технического проектирования. Значение. Результат.
10. Этап рабочего проектирования. Значение. Результат.
11. Этап реализации. Значение. Результат.
12. Унификация и стандарт. Единая система конструкторской документации (ЕСКД).

ПК-3.2, ПК-3.3

13. Потребительские свойства конструкций.
14. Антропометрические особенности человека. Их влияние на восприятие конструкций.
15. Правила, определяющие внешний вид, оформление и порядок размещения конструкций рекламных носителей в городской среде.

- 16.Эргономические схемы, иллюстрации, особенности восприятия рекламы.
- 17.Виды конструкций в наружной рекламе
- 18.Объемные буквы. Световые короба, маркизы, постеры.
- 19.Осветительная арматура.
- 20.Виды конструкционных материалов и способы использования.
21. Вспомогательное оборудование для производства рекламных конструкций.
- 22.Городская мебель. Особенности размещения.
- 23.Согласование. Эксплуатация конструкций наружной рекламы.
24. Риски в эксплуатации наружных конструкций.
- 25.Утилизация конструкций наружной рекламы.
- 26.Конструкции выставочного оборудования Характеристика выставочных помещений.
27. Модульные сетки и конфигураторы в конструкторском процессе.
- 28.Состав выставочного оборудования. Подвижные и неподвижные конструкции.
- 29.Информационные системы. Область применения (офис, вокзал, спортивные соревнования).
- 30.Основные понятия. Виды конструкций (вывески, знаки, таблички, схемы).
31. Особенности изготовления, установки, обслуживания информационных систем.
- 32.Конструкции витрин. POS-конструкции.
- 33.Область применения (магазин, торговое представительство, фирменная продажа, виды торговых объектов).
34. Основные понятия. Виды конструкций (дизайнерские, инсталляции, продукт-конструкция).
- 35.Рекламные конструкции на транспорте. Виды транспортных систем (автомобильная, железнодорожная, морская и т.д.).
- 36.Характеристика полимерных пленок, виниловых тканей, лент. Конструкторские особенности городского транспорта.
- 37.Виды конструкций (профили, панели, крепления и т.п.). Особенности изготовления, установки, обслуживания.
- 38.Декоративные конструкции. Область применения.
- 39.Особенности национальной рекламы. Виды традиционных технологий (ковка, керамика, резьба, роспись, плетение, витраж и т.п.)
- 40.Синтез конструкций в монументальной рекламе. Декоративные технологии.

41. Книги и документы. Область применения.
42. Виды печати. Виды конструкций (свитки, папки, календари, буклеты, конверты, др.
43. Тара и упаковка. Область применения.
44. Продовольственная упаковка. Эксплуатационные требования. Конструкционные материалы (бумага, картон, пленка, пластмасса, древесина, сталь).
45. Сувенирная упаковка.
46. Эффективность рекламных конструкций
47. Классификация общественных пространств.
48. Размещение конструкций в городской среде.
49. Размещение конструкций вне городского пространства.
50. Конструкции внутри помещений.

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	Баллы
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
ИТОГО	100

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	Баллы
Участие в конференции	10
ИТОГО	10

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на экзамене

Оценка	Баллы
Отлично	80 -100
Хорошо	65-79
Удовлетворительно	40-64
Неудовлетворительно	0-39

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «Рекламные конструкции».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва :Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Бакалавр.Академический курс). — ISBN 978-5-9916-4870-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/383830>
2. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / Кузнецов П.А. - Москва :Дашков и К, 2018. - 296 с.: ISBN 978-5-394-01068-2 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/511984>
3. 3. Нартя, В.И. Основы конструирования объектов дизайна : учеб.пособие / В.И. Нартя, Е.Т Суиндилов. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. - 264 с. - ISBN 978-5-9729-0353-5. - Режим доступа: <https://new.znanium.com/catalog/product/1053286>
4. 4. Технологии производства рекламной продукции: Учеб.пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва : Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0155-1 - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/196365>

б) Дополнительная литература:

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 176 с.: - (Бакалавриат) - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/994302>
2. Музыкант, В. Л. Психология и социология в рекламе : учеб. пособие / В.Л. Музыкант. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2018. — 218 с. — (Высшее образование: Бакалавриат. Азбука рекламы). — <https://doi.org/10.12737/8183>. - ISBN 978-5-369-00990-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/969581>
3. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности : учебное пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 232 с. - ISBN 978-5-9776-0529-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1162596>

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (Редакция от 30.04.2021).
2. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. Последняя редакция от 09.03.2021
3. Федеральный закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 26.07.2006 № 135-ФЗ.

в) программное обеспечение:

1. windows 7 48130165 21.02.2011
office 2010 49671955 01.02.2012

Интернет-ресурсы:

Библиотека электронная: <https://znanium.com>
Юрайт. Образовательная платформа: <https://urait.ru/>
www.Advertology.ru - портал «О рекламе и маркетинге»;
www.reklamist.com - «Энциклопедия Рекламных Знаний»;
www.AdVesti.ru интернет-ресурс о рекламе
Сайт о рекламе и маркетинге в России и мире www.Adindex.ru –
www.adme.ru интернет-портал «Креативная реклама»
<http://www.sostav.ru/> - интернет-портал о маркетинге и рекламе
Журналы: Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах
Лаборатория рекламы и маркетинга и PublicRelations;
Наружка (<https://наружка.рф/>); BTL-magazine.

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс
2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система elibrary;
2. База данных Web of Science
3. База данных Scopus

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного

программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.