

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)
Филиал РГГУ в г. Домодедово

Кафедра Математических и естественнонаучных дисциплин

Б1.В.07. СЕМИОТИЧЕСКИЕ ДИЗАЙН-СРЕДСТВА В РЕКЛАМЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль): «**Современные коммуникации и реклама**»

Уровень высшего образования «**Бакалавриат**»

Форма обучения *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Домодедово

2023

Семиотические дизайн-средства в рекламе

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

к.т.н. Т.Б.Белова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

Математических и естественнонаучных

дисциплин

филиала РГГУ в г. Домодедово

№ 5 от 29.03.2023г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины

- формирование у студентов представлений о визуально-знаковых образах культуры и способах их применения в современной рекламе.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление со знаковыми системами и их функциями, основными понятиями, методами и принципами семиотики;
- Изучение семантики цвета;
- Формирование практических навыков создания объектов рекламы с использованием семантических и символических образов.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с использованием современных информационных технологий в рекламе.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;	• УК-5.3 Понимает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом;	Знать: <ul style="list-style-type: none">• Особенности современных семиотических моделей в области рекламы;• Виды знаковых систем;
		Уметь: <ul style="list-style-type: none">• - проводить семиотический анализ рекламы для определения знаковой природы текстов
		Владеть: <ul style="list-style-type: none">• - навыками семиотического анализа рекламы;
ПК-5 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.	ПК-5.3 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Знать: <ul style="list-style-type: none">- Семиотические параметры текстовой, аудио и видеорекламы
		Уметь: <ul style="list-style-type: none">- использовать семиотические методы в процессе подготовки коммуникативных кампаний
		Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками семиотического анализа текстов рекламных продуктов

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Семиотические дизайн-средства в рекламе» относится к части дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений, по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Для успешного освоения дисциплины необходимы знания дисциплины «Теория и практика рекламы», «Информационные технологии в рекламе».

Дисциплина «Семиотические дизайн-средства в рекламе» позволит обучаемым научиться использовать современные информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач.

2. Структура дисциплины

Для очной формы обучения набор 2023

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 48 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточно й аттестации
			Контактная		Промежуточная аттестация	Самостоятельная работа	
			Лекции	Практические занятия			
1	Тема 1. Семиотика как наука	5	2	-		4	-
2	Тема 2. Семиотика рекламы	5	4	2		4	Проверка задания
3	Тема 3. Семиотический анализ рекламного текста	5	4	4		10	Проверка задания
4	Тема 4. Знак как семиотическая единица	5	4	6		10	Проверка задания
5	Тема 5. Шрифтографика	5	2	6		6	Проверка задания
6	Тема 6. Цвет в дизайне рекламы	5	2	6		6	Проверка задания
7	Промежуточная аттестация	5			18	8	Экзамен
	Итого:	1	18	24	18	48	

Для заочной формы обучения набор 2023

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 12 ч., самостоятельная работа обучающихся 87 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточн ой аттестации
			Контактная		промежуточная аттестация	Самостоятельна я работа	
			Лекции	Практическ ие занятия			
1	Тема 1. Семиотика как наука	5	0,5	-		4	-
2	Тема 2. Семиотика рекламы	5	0,5	2		3	Проверка задания
3	Тема 3. Семиотический анализ рекламного текста	5	1	2		20	Проверка задания
4	Тема 4. Знак как семиотическая единица	5	1	2		20	Проверка задания
5	Тема 5. Шрифтографика	5	0,5	1		10	Проверка задания
6	Тема 6. Цвет в дизайне рекламы	5	0,5	1		10	Проверка задания
	Промежуточная аттестация				9	20	Экзамен
	Итого:		4	8	9	87	

3. Содержание дисциплины

Тема 1. Семиотика как наука. Понятие семиотики. Функции семиотики. Современные направления семиотики. Чарльз Пирс – основатель семиотики нового времени.

Тема 2. Семиотика рекламы. Ролан Барт и его роль в развитии семиотики рекламы. Три измерения семиотического текста: синтактика, прагматика, семантика. Семиотическая интерпретация текста. Семиотическое значение графических объектов в рекламном тексте. Семиотика рекламы.

Тема 3. Семиотический анализ рекламного текста. Понятие кода. Вербальное сообщение. Иконическое сообщение. Понятие декодирования рекламного текста. Комплексный анализ рекламного сообщения. Понятия денотации и коннотации рекламного текста. Семиотический анализ рекламного сообщения.

Тема 4. Знак как семиотическая единица. Понятие знака как объекта, способного передавать информацию. Основные характеристики знака. Свойства знака. Структура знака. Классификация знаков Ч.Пирса: знаки-индексы, иконические знаки, знаки-символы. Понятие знаковой ситуации и её характеристики.

Тема 5. Шрифтографика. Шрифтографика: понятие и назначение. Шрифтовая каллиграфия. Роль шрифтового решения в рекламе. Шрифтовой образ и композиция. Шрифтовое и визуальное изображение эмоции. Основные свойства шрифтового дизайна. Современные требования к шрифтам.

Тема 6. Цвет в дизайне рекламы. Функции цвета в рекламе. Понятия: цветовая гармония, эмоционально-пространственные свойства цвета. Цветовосприятие. Семантика цвета. Цветовая символика в рекламе.

4. Образовательные технологии

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование темы</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Образовательные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>1.</i>	Тема 1. Семиотика как наука	Лекция	Вводная лекция
<i>2.</i>	Тема 2. Семиотика рекламы	Лекция Практические занятия	Лекция-визуализация Дискуссия на практическом занятии
<i>3.</i>	Тема 3. Семиотический анализ рекламного текста	Лекция Практические занятия	Лекция-визуализация Дискуссия на практическом занятии
<i>4.</i>	Тема 4. Знак как семиотическая единица	Лекция Практические занятия	Лекция-визуализация Дискуссия на практическом занятии
<i>5.</i>	Тема 5 Шрифтографика	Лекция Практические занятия	Лекция-визуализация Дискуссия на практическом занятии
<i>6</i>	Тема 6. Цвет в дизайне рекламы	Лекция Практические занятия	Дискуссия на практическом занятии

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования

№ п/п	Код компетенции	Наименование темы	Наименование оценочного средства
1	УК-5.3	Тема 1. Семиотика как наука	Вопросы к промежуточной аттестации
		Тема 4. Знак как семиотическая единица	Вопросы к промежуточной аттестации
		Тема 5 Шрифтографика	Вопросы к промежуточной аттестации
		Тема 6. Цвет в дизайне рекламы	Вопросы к промежуточной аттестации
2	ПК -5.3	Тема 2. Семиотика рекламы	Вопросы к промежуточной аттестации
		Тема 3. Семиотический анализ рекламного текста	Вопросы к промежуточной аттестации

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- практическая работа	4 балла	32 балла
- работа на лекции	1 балл	8 баллов
- тест	10	10
- контрольная работа	10 баллов	10 баллов
Экзамен		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину) <i>зачёт/зачёт с оценкой/экзамен</i>		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Тематика контрольной работы:

Семиотический анализ рекламного сообщения.

Задание.

1) Подобрать шесть рекламных сообщений.

2) провести семиотический анализ рекламного текста по следующей схеме:

- что рекламируем – товар или услугу?
- вид рекламы (печатная, ТВ, радио), жанр рекламы;
- целевая аудитория: её социальный портрет;
- мотив рекламы (на что направлена);
- вербальная информация в рекламе (слоган, рекламный образ, стиль, форма текста);
- способ передачи вербальной информации (Устная, печатная);
- способ передачи невербальной информации (рисунки, фото, музыка, танец, запах) и виды семиотик, знаки которых используются при создании рекламы;
- содержание буквального иконического сообщения, не содержащего специальные коды (денотат);
- какие технические и/или художественные коды использованы? (ракурс съёмки, световое и цветное решение, контрастность);
- содержание небуквального иконического сообщения, содержащего специальный код (коннотант);

Примерные вопросы к промежуточной аттестации

1. Понятие семиотики.
2. Функции семиотики.
3. Современные направления семиотики.
4. Ч. Пирс – основатель семиотики Нового времени.
5. Ролан Барт и его роль в развитии семиотики рекламы.
6. Три измерения семиотического текста: Синтактика, прагматика, семантика.
7. Семиотическая интерпретация текста.
8. Семиотическое значение графических объектов в рекламном тексте.
9. Семиотика рекламы.
10. Семиотический анализ рекламного сообщения.
11. Понятие знака как объекта, способного передавать информацию. Основные характеристики знака.
12. Свойства знака. Структура знака.
13. Классификация знаковых систем.
14. Классификация знаков Ч. Пирса: знаки-индексы, иконические знаки, знаки-символы.
15. Шрифтографика: понятие, назначение.
16. Шрифтовая каллиграфия.
17. Роль шрифтового решения в рекламе.
18. Шрифтовой образ и композиция.
19. Шрифтовое и визуальное изображение эмоции.
20. Основные свойства шрифтового дизайна.
21. Современные требования к шрифтам.
22. Функции цвета в рекламе.
23. Понятия: цветовая гармония, эмоционально-пространственные свойства цвета.
24. Цветовосприятие.
25. Семантика цвета.
26. Цветовая символика в рекламе.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература

1. Валеева Л. М. Шрифты и визуальные коммуникации : практикум / Л. М. Валеева, Л. О. Мокрецова. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129777.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Елина Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание) : учебное пособие / Е. А. Елина. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Кристева, Ю. Семиотика: исследования по семанализу / Ю. Кристева ; перевод Э. А. Орлова. — 2-е изд. — Москва : Академический проект, 2020. — 285 с. — ISBN 978-5-8291-3366-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110007.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
4. Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118366.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/118366>
5. Паллотта, В. И. Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1 : учебное пособие / В. И. Паллотта, Т. В. Сичкарь. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В.Жириновского, 2022. — 228 с. — ISBN 978-5-907445-91-8 (ч.1), 978-5-907445-90-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126942.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
6. Тюрин В. В. Шрифтовая каллиграфия в графическом дизайне : учебное пособие для СПО / В. В. Тюрин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 105 с. — ISBN 978-5-4497-2045-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127717.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
7. Ягодкина, М. В. Язык рекламы как средство формирования виртуальной реальности : монография / М. В. Ягодкина. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 147 с. — ISBN 978-5-4487-0771-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103446.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Дополнительная литература

8. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/74886.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1.	http://www.eios.dom-rsuh.ru/	электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС) филиала РГГУ в г. Домодедово
2.	http://www.znaniium.com	Электронно-библиотечная системе Znaniium.com
3.	http://www.iprbookshop.ru/	Электронно-библиотечная системе IPR BOOKS
4.	http://window.edu.ru/	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
5.	www.mathnet.ru	Общероссийский математический портал
6.	https://www.garant.ru	Информационно-правовой портал
7.	http://www.consultant.ru	Компьютерная справочная правовая система в России

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2023 г.)

№п /п	Наименование
1	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Реализация учебной дисциплины требует наличия лекционного кабинета со следующим оборудованием:

1. Ноутбук с программным обеспечением Microsoft PowerPoint;
2. Проектор для демонстрации слайдов Microsoft PowerPoint;
3. Экран для демонстрации слайдов Microsoft PowerPoint.

Для преподавания дисциплины необходим доступ к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) филиала, электронному каталогу библиотеки института, а также оборудование для мультимедийных презентаций.

Программное лицензионное обеспечение дисциплины: Windows 7 Pro, Windows 8,1, Windows 10 Pro, Microsoft office 2010/2013

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и практических занятий с необходимыми техническими средствами (оборудование для мультимедийных презентаций).

Состав программного обеспечения (ПО) (2023 г.)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Операционная система тонких клиентов WTware	WTware	Лицензионное
2	Windows server 2008	Microsoft	Лицензионное

3	Microsoft office 2010/2013	Microsoft	Лицензионное
4	Windows 7 Pro	Microsoft	Лицензионное
5	MyTestXPro	MyTestX	Лицензионное
6	Windows server 2012	Microsoft	Лицензионное
7	Windows 8.1	Microsoft	Лицензионное
8	Windows 10 Pro	Microsoft	Лицензионное
9	Dr. Web	Dr. Web	Лицензионное
10	Касперский	Лаборатория Касперского	Свободно распространяемое
11	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	Свободно распространяемое
12	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	Свободно распространяемое
13	Adobe Acrobat Reader 9	Adobe Systems	Лицензионное
14	Zoom	Zoom	Лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Практическое занятие. Тема. Семиотика рекламы

Вопросы для обсуждения

1. Ролан Барт и его роль в развитии семиотики рекламы.
2. Три измерения семиотического текста: Синтактика, прагматика, семантика.
3. Семиотическая интерпретация текста.
4. Семиотика рекламы.

Контрольные вопросы:

1. Что является задачей семиотики?
2. Что означает семиотическое понятие текста?
3. Что называется интерпретацией текста?
4. В чем состоит интерпретация текста?

Рекомендуемая литература:

1. Елина Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание) : учебное пособие / Е. А. Елина. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Практическое занятие. Тема. Семиотический анализ рекламного текста

Вопросы для обсуждения

1. Понятие кода. Вербальное сообщение. Иконическое сообщение.
2. Понятие декодирования рекламного сообщения.
3. Комплексный анализ рекламного сообщения.
4. Понятие денотации и коннотации в рекламном сообщении.

Контрольные вопросы:

1. Что называется вербальным сообщением и иконическим сообщением без кода?
2. Что понимается под кодом?
3. В чем заключается операция декодирования?
4. Что включается в небуквальное иконическое сообщение?
5. Что называется денотацией при анализе рекламы?
6. Что входит в понятие коннотации и как она реализуется при рассмотрении рекламного сообщения?

Практическое задание

Составить структурную схему рекламного сообщения по следующей форме

Рекламное сообщение		
Языковое сообщение	Буквальное иконическое сообщение	Небуквальное иконическое сообщение
		1-й знак
		2-й знак

Рекомендуемая литература:

1. Елина Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание) : учебное пособие / Е. А. Елина. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Практическое занятие. Тема. Знак как семиотическая единица

Вопросы для обсуждения

1. Понятие знака как объекта, способного передавать информацию.
2. Основные характеристики знака.
3. Классификация знаков Ч.Пирса: знаки-индексы, иконические знаки, знаки-символы.
4. Предметное и смысловое значение знака.

Контрольные вопросы:

1. Что такое знак?
2. Характеристика знаковых ситуаций.
3. В чем фиксируется материальный знак?
4. Что служит денотатом знака?
5. К каким знакам относятся знаки-изображения?
6. В чем проявляется буквальное иконическое изображение?
7. На чем основано небуквальное иконическое изображение?

Рекомендуемая литература:

1. Елина Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание) : учебное пособие / Е. А. Елина. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Практическое занятие. Шрифтографика

Вопросы для обсуждения:

1. Шрифтографика: понятие, назначение, формообразование.
2. Графическая интерпретация значения буквы.
3. Типографика.
4. Шрифтовая каллиграфия.
5. Шрифтовой образ.
6. Шрифтовая композиция.

Контрольные вопросы:

1. Что такое шрифт?
2. Каковы основные свойства начертания шрифта?
3. Достоинства декоративного шрифта.
4. Что такое каллиграфия?
5. Каковы основные свойства шрифтового дизайна.
6. Перечислить основные современные требования к шрифтам.

Задания.

1. Выполнить графическое изображение одной буквы алфавита в виде узнаваемого образа. (6 вариантов).
2. Интерпретация буквенного изображения в виде знака.
3. Примечание. Общая композиция знака в виде круга. Изобразить 4-6 вариантов знаковой формы одной буквы.

4. Символика слова – шрифтовое и визуальное изображение слова в виде визуального образа (слово встраивается в форму).
5. Придумать композицию из слова и персонажа, который раскроет вербальный смысл слова.
6. Изобразить с помощью шрифта эмоциональное состояние: страх; грусть; радость, веселье, тоску.

Рекомендуемая литература:

1. Тюрин В. В. Шрифтовая каллиграфия в графическом дизайне : учебное пособие для СПО / В. В. Тюрин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 105 с. — ISBN 978-5-4497-2045-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/127717.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Практическое занятие. Тема. Цвет в дизайне рекламы

Вопросы для обсуждения

1. Функции цвета в рекламе.
2. Понятия: цветовая гармония, эмоционально-пространственные свойства цвета.
3. Цветовосприятие
4. Различия формирования и восприятия цвета на экране и бумаге.
5. Цветовая символика в рекламе.

Контрольные вопросы:

1. Что такое цветовая гармония?
2. Перечислить холодные и теплые цвета.
3. Дать описание эмоционально-пространственным свойствам цвета.
4. Что такое семантика цвета?
5. Привести различия в формировании цветного изображения на экране компьютера и на бумажном варианте.

Рекомендуемая литература:

1. Лаптев, В. В. Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 73 с. — ISBN 978-5-7937-1814-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118366.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/118366>
2. Паллотта, В. И. Графический дизайн в рекламно-выставочной коммуникации. В 2 частях. Ч.1 : учебное пособие / В. И. Паллотта, Т. В. Сичкарь. — Москва : Университет мировых цивилизаций имени В.В.Жириновского, 2022. — 228 с. — ISBN 978-5-907445-91-8 (ч.1), 978-5-907445-90-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126942.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

9.2. Методические рекомендации по выполнению письменных работ

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление.

Задачи доклада:

1. Формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

Общие требования к оформлению письменных работ:

Работа выполняется печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа формата А4 через полтора (1,5) интервала. Тип шрифта (гарнитура) - Times New Roman, кегль (размер) шрифта - 14. В работе не допускается использование шрифта разных гарнитур.

Страницы имеют следующие поля: левое 25 мм, правое - 10 мм, верхнее и нижнее - 20 мм. Абзацный отступ одинаковый по всему тексту и равен 5 знакам.

Структура работы:

- Титульный лист
- Оглавление
- Введение
- Текст работы (главы)
- Заключение
- Список источников и литературы
- Приложения

Все структурные элементы работы начинаются с нового листа. Заголовки располагаются посередине страницы и указываются прописными буквами без кавычек и точки в конце, выделяются полужирным шрифтом. Переносить слова в заголовке не допускается. Заголовки оглавления должны точно повторять заголовки в тексте.

Иллюстрации, используемые в тексте работы, размещаются после первой ссылки на них и сопровождаются словами «Рисунок», «Таблица», «Схема», «График» и т.п. Все иллюстрации нумеруются сквозной нумерацией арабскими цифрами в порядке упоминания в тексте (для каждого вида иллюстраций своя нумерация).

Приложения должны иметь тематические заголовки и нумеруются арабскими цифрами. Перечень приложений указывается в оглавлении.

Все страницы работы, включая приложения, нумеруются по порядку. Первой страницей считается титульный лист, на нем номер не ставится. Порядковый номер печатается вверху страницы по центру.

Библиографические ссылки в виде подстрочных примечаний оформляются в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008. Нумеруются арабскими цифрами в пределах страницы, т.е. с каждой следующей страницы нумерация подстрочных примечаний начинается с цифры «1».

Допускается нумеровать в пределах структурных частей работы. Список источников и литературы охватывает все документы, использованные при выполнении письменной работы.

В него включаются библиографические записи документов, оформленные в соответствии с действующими стандартами:

- ГОСТ Р 7.0.100-2018. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления
- ГОСТ 7.80-2000. Библиографическая запись. Заголовок. Общие требования и правила составления.
- ГОСТ 7.82-2001. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления прошений, писем, расчеты и т.д. . Причем их наличие значительно повышает ценность работы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Семиотические дизайн средства в рекламе» реализуется *кафедрой* математических и естественнонаучных дисциплин филиала РГГУ в г. Домодедово.

Цель дисциплины

- формирование у студентов представлений о визуально-знаковых образах культуры и способах их применения в современной рекламе.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление со знаковыми системами и их функциями, основными понятиями, методами и принципами семиотики;
- Изучение семантики цвета;
- Формирование практических навыков создания объектов рекламы с использованием семантических и символических образов.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с использованием современных информационных технологий в рекламе.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;	<ul style="list-style-type: none"> • УК-5.3 Понимает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом;	Знать: <ul style="list-style-type: none"> • Особенности современных семиотических моделей в области рекламы; • Виды знаковых систем;
		Уметь: <ul style="list-style-type: none"> • - проводить семиотический анализ рекламы для определения знаковой природы текстов
		Владеть: <ul style="list-style-type: none"> • - навыками семиотического анализа рекламы;
ПК-5 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн	ПК-5.3 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации	Знать: - Семиотические параметры текстовой, аудио и видеорекламы
		Уметь: - использовать семиотические методы в процессе подготовки коммуникативных кампаний
		Владеть:

коммуникаций.	коммуникационного продукта.	- навыками семиотического анализа текстов рекламных продуктов
---------------	--------------------------------	--

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1			
2			
3			
4			