

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ  
Директор по образовательной  
деятельности

\_\_\_\_\_ С.Т. Князев  
«\_\_» \_\_\_\_\_

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1149141	Социальные аспекты дизайн-деятельности

Екатеринбург

<b>Перечень сведений о рабочей программе модуля</b>	<b>Учетные данные</b>
<b>Образовательная программа</b> 1. Графический дизайн	<b>Код ОП</b> 1. 54.04.01/33.01
<b>Направление подготовки</b> 1. Дизайн	<b>Код направления и уровня подготовки</b> 1. 54.04.01

Программа модуля составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Быстрова Татьяна Юрьевна	доктор философских наук, доцент	Профессор	культурологии и дизайна

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Социальные аспекты дизайн-деятельности

## 1.1. Аннотация содержания модуля

Проектная работа, выполняемая в рамках данного модуля, знакомит обучающихся со спецификой социально-ориентированного дизайна, прежде всего, социальной рекламы, дает знания отличительных особенностей социальной рекламы в ее отличии от коммерческой, показывает механизмы воздействия социальной рекламы, знакомит с особенностями ее восприятия, апробации, экспертизы

## 1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Социальная реклама	3
ИТОГО по модулю:		3

## 1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Теоретико-методологические основы работы в профессиональной сфере</li><li>2. Технологии представления продукта в графическом дизайне</li><li>3. Художественно-проектные технологии в графическом дизайне</li><li>4. Инновационные технологии в графическом дизайне</li></ol>

## 1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Социальная реклама	УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие	3-2 - Демонстрировать понимание механизмов формирования условий психологически безопасной среды в

	<p>культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>межкультурном взаимодействии с учетом разнообразия культур</p> <p>У-2 - Оценивать условия психологически безопасной среды межкультурного взаимодействия и определять необходимость их корректировки с учетом разнообразия культур</p> <p>П-1 - Моделировать продуктивные формы и оптимальные условия психологически-безопасной среды межкультурного взаимодействия на основе анализа национального и социокультурного разнообразия профессиональной среды с учетом правовых и этических норм</p> <p>Д-1 - Проявлять толерантность в процессе межкультурного взаимодействия</p>
	<p>ПК-3 - Способен решать художественно-творческие задачи проекта, делать выбор необходимых методов исследования и творческого исполнения, связанных с конкретным дизайнерским решением</p>	<p>З-1 - Использовать компьютерные программы, предназначенные для моделирования и визуализации дизайн-проектов</p> <p>У-2 - Визуализировать, моделировать и проектировать детали моделей и прототипов, в том числе с использованием компьютерных технологий визуализации, систем автоматизированного проектирования и оборудования для прототипирования</p> <p>П-2 - Осуществлять разработку и оформление комплекта сопроводительных документов и презентационных материалов к дизайн-проекту</p>

### 1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной формах.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Социальная реклама**

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия Имя Отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Быстрова Татьяна Юрьевна	доктор философских наук, доцент	Профессор	культурологии и дизайна

**Рекомендовано учебно-методическим советом института** Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.00-08/25 от 14.05.2021 г.

# 1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Быстрова Татьяна Юрьевна, Профессор, культурологии и дизайна

## 1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
  - Базовый уровень

*\*Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

*Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.*

## 1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение в социальную рекламу. Обзор терминологии.	Особенности социально-рекламного дискурса. Сравнительный анализ коммерческой и некоммерческой рекламы. Социальная реклама и социальный PR. Правовые, этические, эстетические, экономические аспекты социальной рекламы. Основные теоретические понятия анализа социальной рекламы.
P2	Принципы и функции социальной рекламы. Их влияние на дизайн социальной рекламы.	Функции социальной рекламы. Пять основных принципов создания социально-рекламного продукта. Основные эстетические характеристики социальной рекламы: особенности дизайн-проектирования. Цветовая гамма. Соотношение образа и текста. Выбор шрифтов. Расположение информации.
P3	Распознавание идеологических и психологических аспектов социальной рекламы. Шок в социальной рекламе.	Психологические аспекты социальной рекламы. Восприятие безобразного, низменного, комического при демонстрации социальных проблем. Учет возрастной, гендерной, этнической, социальной психологии воспринимающих. Связь психологии восприятия с эффективностью социальной рекламы. Нравственные и психологические аспекты использования шока в социальной рекламе.
P4	Технологии производства и размещения социальной рекламы	Этапы разработки продукта. Поиск идеи. Миссия и призыв. Роль метафоры. Учет социокультурного контекста. Выбор носителей в зависимости от образа жизни ЦА. Виды и типы рекламных носителей.
P5	Эффективность социальной рекламы. Формирование	Долгосрочное действие социальной рекламы. Измерение эффективности: количественные и качественные показатели.

	рынка социальной рекламы в России.	Критерии эффективности. Методы оценки эффективности. Факторы рынка социальной рекламы в современной России.
<b>Р6</b>	Дизайн-сопровождение социальной рекламы.	Проектирование дизайн-продуктов для осуществления социально-рекламной кампании.

### 1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

## 2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Социальная реклама

#### Электронные ресурсы (издания)

1. Голуб, , О. Ю.; Социальная реклама : учебное пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/57123.html> (Электронное издание)
2. Филатова, , О. Г.; Социальная реклама и PR-поддержка программ развития информационного общества : учебное пособие.; Университет ИТМО, Санкт-Петербург; 2013; <http://www.iprbookshop.ru/68705.html> (Электронное издание)
3. , Дмитриевой, , Л. М.; Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама» и «связи с общественностью».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/81676.html> (Электронное издание)
4. Федотова, , Л. Н.; Социология рекламной деятельности : учебник.; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва; 2014; <http://www.iprbookshop.ru/54663.html> (Электронное издание)

#### Печатные издания

1. Мандель, Б. Р.; Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама".; Вузовский учебник, Москва; 2014 (1 экз.)
2. Дударова, Б. О., Пузыревский, С. А.; Правовое регулирование рекламной деятельности : курс лекций.; НОРМА, Москва; 2014 (1 экз.)
3. Бове, Кортлэнд Л., К. Л., Арнес, Уилльям Ф., У. Ф., Феофанов, О. Ф., Вакин, Д. В., Панков, О. Р., Солдатова, Т. К., Назарушкин, М. А., Солдатов, П. П.; Современная реклама; Издательский Дом Довгань, Тольятти; 1995 (1 экз.)
4. Мокшанцев, Р. И., Удальцова, М. В.; Психология рекламы : [учеб. пособие для вузов по специальности "Менеджмент"].; ИНФРА-М, Москва; 2011 (4 экз.)
5. Музыкант, В. Л.; Теория и практика современной рекламы : [Учеб. пособие для вузов по базовому курсу "Паблик рилейшнз" и "Реклама"]. Ч. 1. ; Евразийский регион, Москва; 1998 (3 экз.)
6. Музыкант, В. Л.; Теория и практика современной рекламы : [Учеб. пособие для вузов по базовому курсу "Паблик рилейшнз" и "Реклама"]. Ч. 1. ; Евразийский регион, Москва; 1998 (3 экз.)
7. Николайшвили, Г. Г.; Социальная реклама. Теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Связи с общественностью" и "Реклама".; Аспект Пресс, Москва;

2008 (5 экз.)

8. Огилви, Огилви Д., Гостев, А., Новикова, Т.; Огилви о рекламе; Эксмо, Москва; 2009 (1 экз.)
9. Почепцов, Г. Г., Удовик, С. Л.; Теория коммуникации; Рефл-бук, Москва; 2001 (3 экз.)
10. , Райгородский, Д. Я., Мельник, Г. С., Постер, М., Бретон, Ф., Пру, С., Московичи, С., Почепцов, Г.; Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход : Учеб. пособие для фак. психологии, социологии, экономики и журналистики : Сб.; Бахрах-М, Самара; 2001 (2 экз.)
11. Рожков, И. Я.; Реклама: планка для "профи" : Реклама в условиях рынка 90-х.; Юрайт, Москва; 1997 (4 экз.)
12. Ромат, Е. В.; Реклама; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2008 (3 экз.)
13. Ромат, Е. В.; Реклама: теория и практика : [для бакалавров и специалистов].; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2013 (1 экз.)
14. Селиверстов, С. Э.; Социальная реклама. Искусство воздействия словом; Бахрах-М, Самара; 2006 (15 экз.)
15. Ученова, В. В.; Социальная реклама. Вчера, сегодня, завтра : [учеб. пособие для вузов по специальности 350700 - Реклама].; ИндексМедиа, Москва; 2006 (6 экз.)
16. Ученова, В. В.; История рекламы : учебник для студентов вузов , обучающихся по специальностям "Журналистика", "Реклама", "Связи с общественностью".; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2008 (6 экз.)
17. Уэллс, У., Богомолова, Л.; Реклама: принципы и практика; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2008 (3 экз.)
18. Шишкина, М. А., Гавра, Д. П.; Паблик рилейшнз в системе социального управления; Паллада-медиа, Санкт-Петербург; 2002 (3 экз.)
19. , Дмитриева, Л. М., Бернадская, Ю. С., Костылева, Т. А., Марочкина, С. С., Ткаченко, Н. В.; Социальная реклама : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 030602 "Связи с общественностью".; ЮНИТИ, Москва; 2009 (2 экз.)
20. Мандель, Б. Р.; Социальная реклама : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 "Реклама".; Вузовский учебник, Москва; 2014 (1 экз.)

### **Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы**

<http://e.lanbook.com/>

<http://www.oxfordjournals.org/en/>

<http://elibrary.ru>

<http://learn.urfu.ru>

### **Материалы для лиц с ОВЗ**

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

<http://rosdesign.com/design/design.htm> - статьи о дизайне



<http://ec-dejavu.ru/library.html> - дежа вю. Библиотека культур

<http://kak.ru/> - портал о дизайне

<http://archi.ru/lib/publications.html?fl=5&sl=1> – публикации по дизайну и архитектуре

### 3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Социальная реклама

#### Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Kaspersky Anti-Virus 2014
2	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Kaspersky Anti-Virus 2014
3	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Kaspersky Anti-Virus 2014
4	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя	Microsoft Windows 8.1 Pro 64-bit RUS OLP NL Acdmc Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	Office 365 EDUA5 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Kaspersky Anti-Virus 2014
--	--	---	---