

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 04.12.2023 15:02:48

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная анимация

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Дизайн рекламы

2023 г.

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 - Способен разрабатывать творческие композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта рекламной визуальной информации, разрабатывать дизайн-макет, подготавливать цифровые графические материалы для передачи в производство

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ПК-2) Разрабатывает художественно-технические решения по созданию дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	<i>Знает</i>
	РО-1 ИД-1 (ПК-2) Основные методы и алгоритмы визуализации сцен в рекламной анимации;
	РО-2 ИД-1 (ПК-2) Технологии создания визуальных эффектов в рекламной анимации;
	<i>умеет</i>
	РО-3 ИД-1 (ПК-2) Осуществлять визуализацию эффекта в рекламной анимации;
	РО-4 ИД-1 (ПК-2) Использовать компьютерные программы, необходимые для создания и корректирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы анимации и анимационные принципы:

Тема 1. Основные понятия в анимации, такие как ключевые кадры, интерполяция, временная шкала и тайминг.

Тема 2. Принципы анимации, разработанные Диснеем, и их роль в создании плавных и естественных анимаций.

Тема 3. Применение анимации для создания визуального интереса и воздействия в рекламе.

Раздел 2. Технические аспекты анимации:

Тема 1. Различные виды анимационных программ и инструментов, используемых в рекламе.

Тема 2. Создание анимационных переходов и эффектов, включая трансформации, масштабирование и анимацию текста.

Тема 3. Работа с временем и таймингом в анимации, а также синхронизация с аудио.

Раздел 3. Креативный процесс и практика:

Тема 1. Этапы создания рекламной анимации, включая концептуализацию, исследование, разработку сюжета и сторибординг.

Тема 2. Применение принципов композиции к анимации для создания визуально привлекательных сцен.

Практические занятия:

1. Практическое задание по основам анимации и анимационным принципам:

Задание: Создайте короткий анимационный ролик (10-15 секунд), который демонстрирует понимание основных анимационных принципов. Используйте выбранный инструмент для создания анимации (например, Adobe After Effects или другой анимационный софт).

2. Практическое задание по техническим аспектам анимации:

Задание: Создайте анимированный баннер для рекламы продукта или услуги. В этом задании вы будете работать с анимацией текста и объектов. Анимация должна привлекать внимание и эффективно передавать информацию о продукте или услуге.

3. Практическое задание по креативному процессу и практике:

Задание: Разработайте концепцию анимированного рекламного ролика для выбранного продукта или услуги. Включите этапы концептуализации, сторибординга и создания анимации. Представьте идею в виде скетчей или макетов. Затем создайте анимацию, используя выбранные инструменты.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что такое ключевые кадры и как они используются в анимации?
2. Какие анимационные принципы разработаны студией Диснея и как они применяются в анимации?
3. Что такое анимационная интерполяция, и как она влияет на плавность движения?
4. Какие принципы помогают создать ощущение веса и реальности в анимации?
5. Как можно использовать анимацию для поддержания внимания аудитории в рекламе?
6. Какие программы и инструменты чаще всего используются для создания рекламной анимации?
7. Что такое трансформация объектов в анимации и как она может быть применена?
8. Какие методы анимации текста существуют, и как выбрать подходящий для конкретной задачи?
9. Какие виды анимации можно использовать для создания эффектных переходов в рекламных видеороликах?
10. Каким образом можно синхронизировать анимацию с аудио-эффектами или музыкой в рекламе?

11. Какие этапы включает в себя креативный процесс создания анимации для рекламы?
12. Что такое сторибординг и как он помогает в разработке анимированных сцен?
13. Как выбрать подходящую цветовую палитру для анимированной рекламы?
14. Каким образом анимационный дизайн может поддержать концепцию и цель рекламного ролика?
15. Почему важно проводить тестирование анимации перед публикацией?
16. Какие виды анимации наиболее подходят для интерактивных рекламных элементов?
17. Каким образом можно добиться эффекта "реакции на касание" в анимации для мобильных приложений?
18. Какие основные принципы пользовательского интерфейса следует учитывать при создании анимации для веб-сайта?
19. Какие техники анимации могут помочь в создании 3D-эффектов в рекламном контенте?
20. Какие тренды и инновации существуют в области рекламной анимации на данный момент?

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Муртазина, С.А. История графического дизайна и рекламы: учебное пособие / С.А. Муртазина, В.В. Хамматова; Министерство образования и науки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский национальный исследовательский технологический университет». – Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2013. – 124 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259068> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7882-1397-2. – Текст: электронный.
2. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2015. – 239 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный.

Дополнительная:

1. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учебное пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – Москва: Юнити, 2015. – 718 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432> – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-01059-1. – Текст: электронный.
2. Кривуля, Н. Г. История анимации : учебно-методическое пособие / Н. Г. Кривуля. — Москва : Всероссийский государственный университет кинематографии имени С.А. Герасимова (ВГИК), 2011. — 34 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/30616.html> (дата обращения: 16.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
3. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. – Москва: Юнити, 2015. – 240 с. –

Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01546-0. – Текст: электронный.

4. Анимация персонажа : учебное наглядное пособие / составители Н. А. Саблина. — Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семёнова-Тян-Шанского, 2018. — 56 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100901.html> (дата обращения: 16.09.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва: Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422> – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст: электронный.

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

7. Лицензионное программное обеспечение

- Adobe Illustrator
- Adobe After Effects
- 3d MAX
- MS Windows 10 Pro

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности);

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингвфонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, 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. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.