

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Выборнова Любовь Александровна

Должность: Ректор

Дата подписания: 03.02.2022 15:17:47

Уникальный программный ключ:

c3b3b9c625f6c113afa2a2c42ba19e03a38b70e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Дизайн и художественное проектирование изделий»

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

«Рекламные технологии»

для студентов направления подготовки

54.03.01 «Дизайн»

направленности (профиля) «Графический дизайн и искусство интерьера»

Тольятти 2018 г.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Рекламные технологии» включена в основную профессиональную образовательную программу направления подготовки 54.03.01 «Дизайн» направленности (профиля) «Графический дизайн и искусство интерьера» решением Президиума Ученого совета

Протокол № 4 от 28.06.2018 г.

Начальник учебно-методического отдела
28.06.2018 г.



Н.М.Шемендюк

Рабочая учебная программа по дисциплине разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом направления подготовки 54.03.01 «Дизайн», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 11 августа 2016 г. № 1004.

Составил: к.иск., старший преподаватель Кузнецова Е. Ю.

Согласовано Директор научной библиотеки  В.Н.Еремина

Согласовано Начальник управления информатизации  В.В.Обухов

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры «Дизайн и художественное проектирование изделий»

Протокол № 10 от «30» мая 2018г.

Заведующий кафедрой  д.т.н., профессор Белько Т. В.

Согласовано начальник учебно-методического отдела  Н.М.Шемендюк

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Цели освоения дисциплины

- Изучение основ рекламной деятельности,
- Приобретение практических навыков дизайнерской работы в рекламе.

1.2. В соответствии с видами профессиональной деятельности (проектная), на которые ориентирована образовательная программа указанного направления подготовки, содержание дисциплины позволит обучающимся решать следующие профессиональные задачи:

выполнение комплексных дизайн-проектов, изделий и систем, предметных и информационных комплексов на основе методики ведения проектно-художественной деятельности;

владение технологиями изготовления объектов дизайна и макетирования.

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции
1	2
ПК-4	способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Результаты освоения дисциплины	Технологии формирования компетенции по указанным результатам	Средства и технологии оценки по указанным результатам
<p>Знает: ПК-4 Основы теории и методологии проектирования в графическом дизайне. Историю дизайна. Основы художественного конструирования и технического моделирования. Основы рекламных технологий Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Устный опрос, обсуждения
<p>Умеет: ПК-4 Составлять спецификацию требований в соответствии с темой конкретного дизайн-проекта; Уметь решать основные типы проектных задач в области графического дизайна. Выбирать оптимальные способы решения проектной задачи. Обосновывать свои предложения на основе научного анализа. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и</p>	практические занятия, самостоятельная работа	Устный опрос, представление докладов, презентаций, исследований, обсуждение

<p>предпочтений целевой аудитории. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений</p>		
<p>Имеет практический опыт: ПК-4 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом основных этапов и закономерностей исторического развития дизайна Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Подготовка графических материалов для передачи в производство.</p>	<p>Лекции, практические занятия, самостоятельная работа</p>	<p>Выполнение творческих практических заданий, обсуждение</p>

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к вариативной части (дисциплины по выбору). Ее освоение осуществляется в 6,7 (7,8 - для заочного обучения) семестрах.

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Код компетенции(й)
1	Предшествующие дисциплины	
2	<i>Компьютерные технологии в дизайне</i>	ПК -6 способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике
3	<i>Шрифт</i>	ПК-4 способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта
4	Последующие дисциплины	
5	<i>Проектирование в дизайне</i>	ПК-4 способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта ПК-5 способностью конструировать предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе для создания доступной среды ПК-6 способностью применять современные технологии, требуемые при реализации дизайн-проекта на практике ПК-7 способностью выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Распределение фонда времени по семестрам и видам занятий

Виды занятий	очная форма обучения	заочная форма обучения
Итого часов	144 ч.	144 ч.
Зачетных единиц	4 з.е.	4 з.е.
Лекции (час)	26	8
Практические (семинарские) занятия (час)	42	8
Лабораторные работы (час)	-	-
Самостоятельная работа (час)	76	120
Курсовой проект (работа) (+,-)	-	-
Контрольная работа (+,-)	-	-
Экзамен, семестр /час.	-	-
дифференцированный зачет, семестр	6,7	7/4ч., 8/4ч.
Контрольная работа, семестр	-	-

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в академических часах)					Средства и технологии оценки
		Лекции, час	Практические (семинарские) занятия, час	Лабораторные работы, час	Самостоятельная работа, час		
1	Тема 1 «Понятие и виды рекламы». Основное содержание: 1. Понятие рекламы 2. Социальная реклама 3. Коммерческая реклама 4. Политическая реклама	4/1	4/1	-	4/12	Устный опрос, представление презентаций, обсуждение	
2	Тема 2. «История рекламы» Основное содержание: 1. Зарождение рекламы и ее развитие в Античной эпохе 2. Реклама в средневековой культуре и новый этап развития рекламы в 16-19 в. 3. История рекламы и дизайна в России	2/1	2/1	-	2/8	Устный опрос, представление докладов, обсуждение	
3	Тема 3. «Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг» Основное содержание: 1. Понятие фирменный стиль, его элементы 2. Понятия бренд и брендинг	4/2	18/2		32/40	Выполнение творческих практических заданий, обсуждение	
4	Итого за 6/7 семестр	10/4	24/4	-	38/60		
5	Промежуточная аттестация по дисциплине					Диф. зачет	
6	Тема 4. «Формирование рекламного образа».	4/1	-	-	2/4	Устный опрос, конспект	

	Основное содержание: 1. Вербальные элементы рекламы 2. Визуальные элементы рекламы					
7	Тема 5. «Средства распространения рекламы». Основное содержание: 1. Реклама и телевидение 2. Наружная реклама 3. Реклама и интернет 4. Критерии выбора средства распространения рекламы	4/1	2/1	-	8/12	Представление докладов, обсуждение, устный опрос
8	Тема 6. «Эффективность рекламы» Основное содержание: 1. Подходы для оценки эффективности рекламы	4/1	2/1		8/14	Представление исследования, обсуждение, устный опрос
9	Тема 7. «Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов» Основное содержание: 1. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов	4/1	14/2		20/30	Выполнение творческих практических заданий, обсуждение
10	Итого за 7/8 семестр	16/4	18/4	-	38/60	
11	Промежуточная аттестация по дисциплине					Диф. зачет

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№	Наименование темы практических (семинарских) занятий	Объем часов	Форма проведения
1	Занятие 1. «Виды рекламы»	4/1	Просмотр презентаций по теме 1, обсуждение, устный опрос
2	Занятие 2. «История рекламы»	2/1	Заслушивание докладов по теме 2, обсуждение, устный опрос
3	Занятие 3. «Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг»	18/2	Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера»
4	Итого за 6/7 семестр	24/4	
5	Занятие 4. «Средства распространения рекламы»	2/1	Заслушивание докладов, обсуждение, устный опрос
6	Занятие 5. «Эффективность рекламы»	2/1	Просмотр презентаций по исследованию эффективности рекламы, обсуждение, устный опрос
7	Занятие 6. «Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов»	14/2	Выполнение практических творческих работ
8	Итого за 7/8 семестр	18/4	
9	Итого	42/8	

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов (задания на самостоятельную работу)	Итоговый продукт самостоятельной работы	Средства и технологии оценки	Объем часов
1	2	3	4	5
ПК 4	<p>1. Подготовка презентации (объемная подборка визуального материала) по теме 1</p> <p>2. Подготовка доклада по теме 2</p> <p>3. Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера»: -сбор аналогов -разработка идеи проекта - ручная и компьютерная графика по поиску формы логотипа -разработка макетов различной продукции: визитки, сувенирная продукция, имиджевая продукция -разработка визуального образа главной страницы сайта</p>	<p>1. Презентация</p> <p>2. Доклад</p> <p>3. Практические творческие работы</p>	<p>1. Просмотр презентации, оценка ее смыслового содержания, качества подобранного материала, обсуждение</p> <p>2. Оценка выступления с докладом, его смыслового содержания, качества представленного визуального материала, обсуждение</p> <p>3. Просмотр выполненных самостоятельных работ, контроль количества и качества их исполнения</p>	38/60
Итого за 6/7 семестр				38/60
ПК 4	<p>1. Подготовка конспекта по теме 4</p> <p>2. Подготовка доклада по теме 5</p> <p>3. Проведение исследование по эффективности рекламы (тема 6)</p> <p>4. Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка графических элементов рекламной кампании организации»: -сбор аналогов -разработка идеи проекта - ручная и компьютерная графика</p>	<p>1. Конспект</p> <p>2. Доклад</p> <p>3. Презентация исследования</p> <p>4. Практические творческие работы</p>	<p>1. Устный опрос</p> <p>2. Оценка выступления с докладом, его смыслового содержания, качества представленного визуального материала, обсуждение</p> <p>3. Обсуждение</p> <p>4. Просмотр выполненных самостоятельных работ, контроль количества и качества их исполнения</p>	38/60

	по поиску визуального образа элементов -разработка макетов различной рекламной продукции: рекламный буклет, рекламный плакат			
Итого за 7/8 семестр				38/60
Итого				72/120

Рекомендуемая литература

Основная литература: 1-3

Список дополнительной литературы: 4-5

Интернет-ресурсы: 1-7

Содержание заданий для самостоятельной работы

6/7 семестр

1. Подготовка презентации (объемная подборка визуального материала) по теме 1

Студентам необходимо подобрать визуальный материал по видам рекламы: политическая, коммерческая, социальная и представить в виде презентации. Объем не менее 30 слайдов.

2. Подготовка доклада по теме 2

Студентам необходимо подготовить доклад по теме 2, примерные темы для докладов: 1. Зарождение рекламы.

2. Развитие в Античную эпоху
3. Реклама в средневековой культуре
4. Развитие рекламы в 16-19 в.
5. История рекламы и дизайна в России
6. Развитие рекламы в США
7. Социальная реклама эпохи СССР

3. Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера»:

Студентам необходимо провести сбор аналогов по теме, разработать идею проекта, разработать ручную и компьютерную графику по поиску главного элемента фирменного стиля – логотипа, разработать цветовую палитру фирменного стиля, определить шрифты, разработать макеты элементов фирменного стиля: сувенирной продукции, визитки, имиджевой продукции, продумать визуальный образ главной страницы сайта.

7/8 семестр

1. Подготовка конспекта по теме 4

Законспектировать дополнительную литературу по теме 4. Подготовиться к устному опросу.

2. Подготовка доклада по теме 5

Студентам необходимо подготовить доклад по теме 5, примерные темы для докладов:

1. Реклама и телевидение
2. Наружная реклама
3. Реклама и интернет
4. Критерии выбора средства распространения рекламы

3. Проведение исследование по эффективности рекламы (тема 6)

Студентам необходимо провести исследование эффективности рекламы (реклама выбирается студентом произвольно), используя метод экспертных оценок, метод оценки психологического восприятия, результаты представить в виде презентации.

4. Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка графических элементов рекламной кампании организации»:

Студентам необходимо провести сбор аналогов по теме, разработать идею проекта, разработать ручную и компьютерную графику по поиску визуальных образов элементов рекламной кампании в соответствии с ее философией и фирменным стилем, разработать

типографические и иллюстративные образы, разработать макеты рекламного буклета и рекламного плаката организации.

**6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
Иновационные образовательные технологии**

Вид образовательных технологий, средств передачи знаний, формирования умений и практического опыта	№ темы / тема лекции	№ практического (семинарского) занятия/наименование темы
Слайд-лекции	Тема 1, 3,7. Тема 1 «Понятие и виды рекламы». Тема 3. «Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг» Тема 7. «Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов»	

В начале семестра студентам необходимо ознакомиться с технологической картой дисциплины, выяснить, какие результаты освоения дисциплины заявлены (знания, умения, практический опыт). Для успешного освоения дисциплины студентам необходимо выполнить задания, предусмотренные рабочей учебной программой дисциплины и пройти контрольные точки в сроки, указанные в технологической карте (раздел 11). От качества и полноты их выполнения будет зависеть уровень сформированности компетенции и оценка текущей успеваемости по дисциплине. По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации, если это предусмотрено технологической картой дисциплины. Списки учебных пособий, научных трудов, которые студентам следует прочесть и законспектировать, темы практических занятий и вопросы к ним, вопросы к экзамену и другие необходимые материалы указаны в разработанном для данной дисциплины учебно-методическом комплексе.

Основной формой освоения дисциплины является контактная работа с преподавателем - лекции, практические занятия, консультации (в том числе индивидуальные), в том числе проводимые с применением дистанционных технологий.

По дисциплине часть тем (разделов) изучается студентами самостоятельно. Самостоятельная работа предусматривает подготовку к аудиторным занятиям, выполнение заданий (творческих работ) подготовку к промежуточной аттестации (экзамену).

На лекционных и практических (семинарских) занятиях вырабатываются навыки и умения обучающихся по применению полученных знаний в конкретных ситуациях, связанных с будущей профессиональной деятельностью. По окончании изучения дисциплины проводится промежуточная аттестация (экзамен).

Регулярное посещение аудиторных занятий не только способствует успешному овладению знаниями, но и помогает организовать время, т.к. все виды учебных занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

Промежуточная аттестация по дисциплине (в 6/7 и 7/8 семестрах) проходит в форме просмотра выполненных практических творческих работ по последним темам на практических занятиях и во время самостоятельной работы. Практические работы по последним темам в каждом семестре оформляются в папку и представляются на зачете, при выставлении промежуточной аттестации учитывается: качество исполнения работ (верстка, типографика), количество работ, качество оформления итоговой папки с работами, разработанная по проекту концепция, используемые визуальные образы.

6.1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических занятиях

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение практических навыков по учебному материалу дисциплины;
- обсуждение вопросов, возникающих в ходе выполнения практических заданий в аудитории;
- выполнение практических заданий;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Содержание заданий для практических занятий 6/7 семестр

Занятие 1. «Виды рекламы»

На занятие студенты демонстрируют самостоятельно подготовленные презентации по теме 1, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество визуального материала, его подача и структурное его изложение.

Занятие 2. «История рекламы»

На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 2, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

Занятие 3. «Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг»

Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера». На занятиях студенты выполняют творческие практические работы: ручную и компьютерную графику по поиску главного элемента фирменного стиля – логотипа, цветовую палитру фирменного стиля, макеты элементов фирменного стиля: сувенирной продукции, визитки, имиджевой продукции, визуальный образ главной страницы сайта.

7/8 семестр

Занятие 4. «Средства распространения рекламы»

На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 5, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

Занятие 5. «Эффективность рекламы»

На занятие студенты демонстрируют самостоятельно подготовленные презентации по исследованию эффективности рекламы различными методами, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество визуального материала, объем проведенного исследования, количество задействованных фокус-групп, его аргументированность.

Занятие 6. «Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов»

Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка графических элементов рекламной кампании организации»: разрабатывают ручную и компьютерную графику по поиску визуальных образов элементов рекламной кампании в соответствии с ее философией и фирменным стилем, разрабатывают типографические и иллюстративные образы, разработать макеты рекламного буклета и рекламного плаката организации.

Вопросы для самоконтроля 6/7 семестр

1. Понятие рекламы
2. Социальная реклама
3. Коммерческая реклама

4. Политическая реклама
5. Зарождение рекламы и ее развитие в Античной эпохе
6. Реклама в средневековой культуре и новый этап развития рекламы в 16-19 в.
7. История рекламы и дизайна в России
8. Понятие фирменный стиль, его элементы
9. Понятия бренд и брендинг

Вопросы для самоконтроля 7/8 семестр

1. Вербальные элементы рекламы
2. Визуальные элементы рекламы
3. Реклама и телевидение
4. Наружная реклама
5. Реклама и интернет
6. Критерии выбора средства распространения рекламы
7. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов
8. Подходы для оценки эффективности рекламы

6.2. Методические указания для выполнения контрольных работ

Контрольная работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

6.3. Методические указания для выполнения курсовых работ (проектов)

Курсовая работа (проект) по дисциплине учебным планом не предусмотрена.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций и результаты освоения дисциплины, представлены следующими компонентами:

6/7 семестр (диф. зачет)

Код оцениваемой компетенции (или ее части)	Тип контроля	Вид контроля	Количество Элементов
ПК-4	<i>текущий</i>	<i>Устный опрос, просмотр презентаций, заслушивание докладов, выполнение практических творческих заданий</i>	<i>1 презентация, 1 доклад, 9 вопросов, 6 практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера»</i>
ПК-4	<i>промежуточный</i>	<i>диф. зачет</i>	<i>1 презентация, 1 доклад, 9 вопросов, 6 практических заданий «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера»</i>

7/8 семестр (диф. зачет)

Код оцениваемой компетенции (или ее части)	Тип контроля	Вид контроля	Количество Элементов
ПК-4	<i>текущий</i>	<i>Устный опрос, просмотр конспекта, заслушивание докладов, просмотр исследования, выполнение практических творческих заданий</i>	<i>8 вопросов, 1 конспект, 1 доклад, 1 исследование, 5 практических заданий по теме «Разработка графических элементов рекламной кампании организации»</i>

	<i>промежуточный</i>	<i>диф. зачет</i>	<i>8 вопросов, 1 конспект, 1 доклад, 1 исследование, 5 практических заданий по теме «Разработка графических элементов рекламной кампании организации»</i>
--	----------------------	-------------------	---

7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

6/7 семестр

Результаты освоения дисциплины	Оценочные средства (перечень вопросов, заданий и др.)
<p>Знает: ПК-4 Основы теории и методологии проектирования в графическом дизайне. Историю дизайна. Основы художественного конструирования и технического моделирования. Основы рекламных технологий Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Вопросы: 1. Понятие рекламы 2. Социальная реклама 3. Коммерческая реклама 4. Политическая реклама 5. Зарождение рекламы и ее развитие в Античной эпохе 6. Реклама в средневековой культуре и новый этап развития рекламы в 16-19 в. 7. История рекламы и дизайна в России 8. Понятие фирменный стиль, его элементы 9. Понятия бренд и брендинг</p>
<p>Умеет: ПК-4 Составлять спецификацию требований в соответствии с темой конкретного дизайн-проекта; Уметь решать основные типы проектных задач в области графического дизайна. Выбирать оптимальные способы решения проектной задачи. Обосновывать свои предложения на основе научного анализа. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений</p>	<p>1. Подготовка презентации по теме 1 2. Подготовка доклада по теме 2</p>
<p>Имеет практический опыт: ПК-4 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом основных этапов и закономерностей исторического развития дизайна Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной</p>	<p>Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера»: 1. провести сбор аналогов по теме, 2. разработать идею проекта, 3. разработать ручную и компьютерную графику по поиску главного элемента фирменного стиля – логотипа, 4. разработать цветовую палитру фирменного стиля, определить шрифты,</p>

информации, идентификации и коммуникации. Подготовка графических материалов для передачи в производство.	5.разработать макеты элементов фирменного стиля: сувенирной продукции, визитки, имиджевой продукции, 6.продумать визуальный образ главной страницы сайта.
---	--

7/8 семестр

Результаты освоения дисциплины	Оценочные средства (перечень вопросов, заданий и др.)
<p>Знает: ПК-4 Основы теории и методологии проектирования в графическом дизайне. Историю дизайна. Основы художественного конструирования и технического моделирования. Основы рекламных технологий Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Вопросы 1.Вербальные элементы рекламы 2. Визуальные элементы рекламы 3. Реклама и телевидение 4. Наружная реклама 5. Реклама и интернет 6. Критерии выбора средства распространения рекламы 7. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов 8. Подходы для оценки эффективности рекламы</p>
<p>Умеет: ПК-4 Составлять спецификацию требований в соответствии с темой конкретного дизайн-проекта; Уметь решать основные типы проектных задач в области графического дизайна. Выбирать оптимальные способы решения проектной задачи. Обосновывать свои предложения на основе научного анализа. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений</p>	<p>1. Подготовка конспекта по теме 4 2. Подготовка доклада по теме 5 3. Проведение исследования по эффективности рекламы (тема 6)</p>
<p>Имеет практический опыт: ПК-4 Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом основных этапов и закономерностей исторического развития дизайна Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Подготовка графических материалов для передачи в производство.</p>	<p>4. Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка графических элементов рекламной кампании организации»: 1. провести сбор аналогов по теме, 2. разработать идею проекта, 3.разработать ручную и компьютерную графику по поиску визуальных образов элементов рекламной кампании в соответствии с ее философией и фирменным стилем, 4.разработать типографические и иллюстративные образы, 5. разработать макеты рекламного буклета и рекламного плаката организации.</p>

7.2. Методические рекомендации к определению процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Рабочая учебная программа дисциплины содержит следующие структурные элементы:

- перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (далее – задания). Задания по каждой компетенции, как правило, не должны повторяться.

Требования по формированию задания на оценку ЗНАНИЙ:

- обучающийся должен воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;
- применяются средства оценивания компетенций: тестирование, вопросы по основным понятиям дисциплины и т.п.

Требования по формированию задания на оценку УМЕНИЙ:

- обучающийся должен решать типовые задачи (выполнять задания) на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;
- применяются следующие средства оценивания компетенций: простые ситуационные задачи (задания) с коротким ответом или простым действием, упражнения, задания на соответствие или на установление правильной последовательности, эссе и другое.

Требования по формированию задания на оценку навыков и (или) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- обучающийся должен решать усложненные задачи (выполнять задания) на основе приобретенных знаний, умений и навыков, с их применением в определенных ситуациях;
- применяются средства оценивания компетенций: задания требующие многошаговых решений как в известной, так и в нестандартной ситуациях, задания, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, ситуационные задачи, проектная деятельность, задания расчетно-графического типа. Средства оценивания компетенций выбираются в соответствии с заявленными результатами обучения по дисциплине.

Процедура выставления оценки доводится до сведения обучающихся в течение месяца с начала изучения дисциплины путем ознакомления их с технологической картой дисциплины, которая является неотъемлемой частью рабочей учебной программы по дисциплине.

В результате оценивания компетенций на различных этапах их формирования по дисциплине студенту начисляются баллы по шкале, указанной в рабочей учебной программе по дисциплине.

7.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Успешность усвоения дисциплины характеризуется качественной оценкой на основе листа оценки сформированности компетенций, который является приложением к зачетно-экзаменационной ведомости при проведении промежуточной аттестации по дисциплине.

Критерии оценивания компетенций

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует *повышенному уровню* сформированности компетенции.

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно

излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует *пороговому уровню сформированности компетенции*.

Компетенция считается несформированной, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не демонстрирует необходимых умений, доля невыполненных заданий, предусмотренных рабочей учебной программой составляет 55 %, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует *допороговому уровню*.

Шкала оценки уровня освоения дисциплины

Качественная оценка может быть выражена: в процентном отношении качества усвоения дисциплины, которая соответствует баллам, и переводится в уровневую шкалу и оценки «отлично» / 5, «хорошо» / 4, «удовлетворительно» / 3, «неудовлетворительно» / 2, «зачтено», «не зачтено». Преподаватель ведет письменный учет текущей успеваемости студента в соответствии с технологической картой по дисциплине.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности компетенций

Шкалы оценки уровня сформированности компетенции (й)		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
<i>Уровневая шкала оценки компетенций</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл</i>	<i>недифференцированная оценка</i>
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Список основной литературы

1. Антипов, К. В. **Основы рекламы [Электронный ресурс]** : учеб. для экон. вузов / К. В. Антипов. - 3-е изд. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2018. - 326 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=415267>

2. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - М. : Магистр [и др.], 2015. - 175 с. : ил.

3. Шарков, Ф. И. **Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейнз, брендинг [Электронный ресурс]** : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - Документ Bookread2. - М. : Дашков и К, 2018. - 324 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=342869>

Список дополнительной литературы

4. Овчинникова, Р. Ю. **Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Текст]** : учеб. пособие для вузов по специальностям "Дизайн", "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 239 с. : ил

5. Рожкова, Н. Г. **Графический дизайн и реклама на компьютере [Текст]** : крат. рук. / Н. Г. Рожкова, П. П. Данилов, В. Н. Шитов. - М. : Вильямс, 2006. - 312 с. : ил.

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины

Интернет-ресурсы

1. AdMe – сайт о творчестве. Реклама, дизайн, фотография, искусство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.adme.ru. – Загл. с экрана.
2. Look At Me – Интернет-издание о креативных индустриях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.lookatme.ru. – Загл. с экрана.
3. Onlione Portfolios on Behance [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.behance.net. – Загл. с экрана.
4. Реклама Маркетинг PR - SOSTAV.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sostav.ru. – Загл. с экрана.
5. Tutdesign.ru – онлайн журнал о дизайне, уроки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tutdesign.ru. – Загл. с экрана.
6. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/>. - Загл. с экрана.
7. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Краткая характеристика применяемого программного обеспечения

№ п/п	Программный продукт	Характеристика	Назначение при освоении дисциплины
1.	Microsoft Office 2003/2007		
1.1	Microsoft Office Word	Текстовый процессор, предназначенный для создания, просмотра и редактирования текстовых документов. Выпускается корпорацией Microsoft в составе пакета Microsoft Office.	Тема 1,2,4-6 для практических занятий и самостоятельной работы
1.2.	Microsoft Office Power Point.	Программа подготовки презентаций и просмотра презентаций, являющаяся частью Microsoft Office и доступная в редакциях для операционных систем Microsoft Windows и Mac OS. Материалы, подготовленные с помощью PowerPoint предназначены для отображения на большом экране.	Тема 1,2,4-6 для практических занятий и самостоятельной работы
2.	Adobe Illustrator CS3	Векторный графический редактор, разработанный и распространяемый фирмой Adobe Systems. Программа обладает широким набором инструментов для рисования и возможностями управления цветом и текстом.	Тема 3,7 для выполнения практических заданий.

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

10.1. Специально оборудованные кабинеты и аудитории

№	Наименование оборудованных учебных кабинетов и (или) аудиторий	Основное специализированное оборудование
1	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения практических работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения учебного оборудования.	Специализированная мебель и технические средства обучения. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и технические средства обучения, служащие для представления учебной информации

