ФГОС ВО
(версия3++)

БРЕНД И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Рабочая программа дисциплины

Челябинск
ЧГИК
2023

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1
Сертификат: 00DF812DC3740782BB52A9B03E6A1CAD9C
Владелец: Синецкий Сергей Борисович
Действителен: с 10.07.2024 до 03.10.2025

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра дизайна и компьютерных технологий

БРЕНД И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

программа бакалавриата
«Руководство студией художественного конструирования, преподавание художественно-творческих дисциплин»
по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура
квалификация: бакалавр

Челябинск
ЧГИК
2023

УДК 659
ББК 85.127.6
Д 44

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура»

Автор-составитель: А. Г. Лешуков, декан факультета декоративно-прикладного творчества, кандидат культурологии.

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета декоративно-прикладного творчества рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 07 от 19.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/НХК ХК

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 08 от 29.05.2023.

Срок действия рабочей программы дисциплины продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2023/24	
2024/25	Протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	Протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	

Д 44 **Бренд и фирменный стиль**: рабочая программа дисциплины : программа «Руководство студией художественного конструирования, преподавание художественно-творческих дисциплин» по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура: бакалавр автор-составитель А. Г. Лешуков; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2023. – 34 с. – (ФГОС ВО версия 3++).– Текст : непосредственный.

Рабочая программа дисциплины включает: перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы; указание места дисциплины в структуре ОПОП; 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 обучающихся; содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине; перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины; перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

© Челябинский государственный
институт культуры, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 7
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 8
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 обучающихся 8
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 8
4.1. Структура преподавания дисциплины 9
4.1.1. Матрица компетенций 11
4.2. Содержание дисциплины 11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 14
5.1. Общие положения 14
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы 15
5.2.1. Содержание самостоятельной работы 15
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы 16
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ... 18
ресурсов необходимых для самостоятельной работы 18
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 18
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе 18
освоения образовательной программы 18
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 22
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных 22
этапах их формирования 22
6.2.2. Описание шкал оценивания 24
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене 24
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания 25
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для 25
оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования 25
компетенций в процессе освоения образовательной программы 25
6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену 25
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, ... 26
эссе и творческих заданий по дисциплине 26
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля 26
формирования компетенций 26
6.3.4.1. Планы семинарских занятий 27
6.3.4.2. Задания для практических занятий 27
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий 29
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока) 29
6.3.4.5. Тестовые задания 29
6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций 29

7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины 30
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы 30
7.2. Информационные ресурсы 30
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы . 30
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет 31
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 31
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для 33
осуществления образовательного процесса по дисциплине 33
Лист изменений в рабочую программу дисциплины 34

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.ДВ.02.02 Бренд и фирменный стиль
2	Цель дисциплины	формирование общих представлений об особенностях дизайна в сфере рекламы, о процессе производства рекламного продукта; о направлениях деятельности и об основных функциях рекламного дизайна; формирование и развитие системы профессиональных знаний и умений по созданию объектов рекламного дизайна.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	– формировании представлений о системе нормативно-правовых актов, регулирующих сферу рекламного дизайна; – изучении направлений деятельности рекламного дизайнера и его основных функций при работе в команде; – освоении требований к обоснованию проектных идей, творческих концепций в рекламном дизайне; – формировании знаний о сущности и специфике материалов используемых в производстве рекламы для обеспечения оптимальных решений в рекламном дизайне; – освоении принципов анализа аналогов рекламного дизайна и синтеза возможных решений при проектировании эстетически привлекательной рекламы
4	Планируемые результаты освоения	ПК-3; ПК-4
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 9 в академических часах –324
6	Разработчики	А. Г. Лешуков, декан факультета декоративно-прикладного творчества, кандидат культурологии

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

В процессе освоения основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Таблица 1

Планируемые результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения (индикаторы достижения компетенций)			
	Код индикатора	Элементы компетенций	по компетенции в целом	по дисциплине
1	2	3	4	5
ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.1	Знать	– методы проектирования художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера.	– методы проектирования художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера.
	ПК-3.2	Уметь	– составлять проекты художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера.	– составлять проекты художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера.
	ПК-3.3	Владеть	– методикой проектирования художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера.	– методикой проектирования художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера.
ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1	Знать	– способы создания и разработки художественно-конструкторских проектов, макетов, рабочих чертежей с учетом конструктивных и эгрономических требований.	– способы создания и разработки художественно-конструкторских проектов, макетов, рабочих чертежей с учетом конструктивных и эгрономических требований.
	ПК-4.2	Уметь	– разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований	– разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований
	ПК-4.3	Владеть	– методикой разработки художественно-	– методикой разработки художественно-

			конструкторских проектов, макетов, рабочих чертежей с учетом конструктивных и эгрономических требований	конструкторских проектов, макетов, рабочих чертежей с учетом конструктивных и эгрономических требований

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в часть, часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана и является дисциплиной по выбору. Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Основы проектирования», «Пропедевтика», «Графический дизайн»

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Дизайн-проектирование», «Типографика», «Основы производственного мастерства», «Типографика», прохождении практик: «Ознакомительная практика», «Проектно-технологическая практика», «Педагогическая практика», «Преддипломная практика», подготовке к государственной итоговой аттестации.

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 обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с утвержденным учебным планом составляет 9 зачетных единиц, 324 часов

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	324	324
– Контактная работа (всего)	182,5	64
в том числе:		
лекции	12	8
семинары	-	-
практические занятия	168	32
мелкогрупповые занятия	-	-
индивидуальные занятия	-	-
консультация *в рамках промежуточной аттестации (КонсПА)*	2	4 2
иная контактная работа (ИКР) *в рамках промежуточной аттестации*	0,5	0,5
консультации (конс.) контроль самостоятельной работы (КСР)	-	-
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	105,8	251
– Промежуточная аттестация обучающегося – экзамен: контроль	35,7	9

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества

АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

4.1. Структура преподавания дисциплины

Таблица 3

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)					Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа				с/р	
		лек.	сем.	практ.	инд.		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Реклама как сфера применения дизайна							
Тема 1. Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга	**32**	**2**		**20**		**10**	Просмотр практических работ
Тема 2. Реклама как область применения графического дизайна	**37**	**2**		**20**		**15**	Просмотр практических работ
Тема 3. Проектный процесс в дизайне рекламы	**36**	**1**		**20**		**15**	Просмотр практических работ
Тема 4. Методы оценки эффективности дизайна рекламы	**38,8**	**1**		**24**		**13,8**	Просмотр практических работ
Зачет в 5 семестре	**0,2**						**0,2**
Итого в 5 семестре	**144**	**6**		**84**		**53,8**	**0,2**
Раздел 2. Фирменный стиль организации							
Тема 5. Элементы фирменного стиля организации	**23**	**1**		**16**		**6**	Просмотр практических работ
Тема 6. Технологии создания фирменного стиля	**23**	**1**		**16**		**6**	Просмотр практических работ
Тема 7. Товарный знак и его виды.	**23**	**1**		**16**		**6**	Просмотр практических работ
Раздел 3. Художественные средства рекламного дизайна							
Тема 8. Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы	**23**	**1**		**16**		**6**	Просмотр практических работ
Тема 9. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе.	**25**	**1**		**10**		**14**	Просмотр практических работ
Тема 10. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ.	**25**	**1**		**10**		**14**	Просмотр практических работ

Курсовая работа в 6 семестре Экзамен в 6 сем.	**38**						**Экзамен контроль – 35,7ч. Конс ПА – 2 час ИКР – 0,3 час**
Итого в 6 сем.	**180**	**6**		**84**	**-**	**52**	**38**
Всего по дисциплине	**324**	**12**	**-**	**168**		**105,8**	**38,2**

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	**Общая трудоемкость (всего час.)**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)**					**Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой**
		Контактная работа				**с/р**	
		лек.	**сем.**	**практ.**	**конс, КСР**		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
Раздел 1. Реклама как сфера применения дизайна							
Тема 1. Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга	**33**	**1**		**4**		**28**	Просмотр практических работ
Тема 2. Реклама как область применения графического дизайна	**33**	**1**		**4**		**28**	Просмотр практических работ
Тема 3. Проектный процесс в дизайне рекламы	**33**	**1**		**4**		**28**	Просмотр практических работ
Тема 4. Методы оценки эффективности дизайна рекламы	**33**	**1**		**4**		**28**	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной работы					**2 6**		
Зачет в 5 семестре	**2**						***Зачет контроль – 2 ч ИКР –2 час***
Итого в 5 семестре	**144**	**4**		**16**	**8**	**112**	**4**
Раздел 2. Фирменный стиль организации							
Тема 5. Элементы фирменного стиля организации	**23**	**1**		**2**		**20**	Просмотр практических работ
Тема 6. Технологии создания фирменного стиля	**22**	**-**		**2**		**20**	Просмотр практических работ
Тема 7. Товарный знак и его виды.	**23**	**1**		**2**		**20**	Просмотр практических работ
Раздел 3. Художественные средства рекламного дизайна							
Тема 8. Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания	**22**	**-**		**2**		**20**	Просмотр практических работ

эффективной рекламы							
Тема 9. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе.	**25**	**1**		**4**		**20**	Просмотр практических работ
Тема 10. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ.	**44**	**1**		**4**		**39**	Просмотр практических работ
Консультации *Контроль самостоятельной работы*	**10**				**8** **2**		
Курсовая работа в 6 семестре ***Экзамен в 6 сем.***	**11**						***Экзамен контроль – 7 ч.*** ***Конс ПА – 2 час*** ***ИКР – 2 час***
Итого в 6 сем.	**180**	**4**		**16**	**10**	**139**	**11**
Всего по дисциплине	**324**	**8**	**-**	**32**	**18**	**251**	**15**

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	**ПК-3**	**ПК-4**
1	**2**	**3**
Раздел 1. Реклама как сфера применения дизайна		
Тема 1. Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга	+	
Тема 2. Реклама как область применения графического дизайна	+	
Тема 3. Проектный процесс в дизайне рекламы	+	
Тема 4. Методы оценки эффективности дизайна рекламы	+	
Раздел 2. Фирменный стиль организации		
Тема 5. Элементы фирменного стиля организации		+
Тема 6. Технологии создания фирменного стиля		+
Тема 7. Товарный знак и его виды.		+
Раздел 3. Художественные средства рекламного дизайна		
Тема 8. Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы		+
Тема 9. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе.		+
Тема 10. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ.		+
Курсовая работа в 6 семестре		
Экзамен в 6 сем.	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Реклама как сфера применения дизайна

Тема 1*. Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга.* Предмет изучения курса, определение целей и задач. Место дизайна в системе культуры. Понятие рекламы, ее свойства. Основные функции рекламы. Реклама и социум. Реклама в системе маркетинга: задачи дизайна в рекламе.

Тема 2*. Реклама как область применения графического дизайна.* Понятие «рекламный дизайн». Рекламный дизайн как социокультурный феномен. Социокультурные факторы существования рекламного дизайна. Эстетическое измерение рекламного образа. Типологии объектов рекламного дизайна.

Тема 3*. Проектный процесс в дизайне рекламы.* Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Функционально-структурный и процессный подходы. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна.

Тема 4. *Методы оценки эффективности дизайна рекламы.* Основные показатели объективной оценки результатов рекламной кампании. Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы. Этапы оценки эффективности рекламы: определение стартовой позиции и целей; предварительный прогноз («претест»); размещение инструментов измерения эффективности; мониторинг результатов РК; исследование по окончании РК среди той же аудитории («посттест»), применение различных методик и критериев. Запоминание рекламы в целом, знание элементов рекламы, осведомленность, рейтинг имиджа, предпочтение компании конкурентам. Анализ эффективности рекламного текста. Оценка эффективности визуально-графического решения.

Раздел 2. Фирменный стиль организации

Тема 5. *Элементы фирменного стиля организации.* Истоки зарождения фирменного стиля. Психологические факторы появления фирменного стиля организации. Корпоративная культура. Корпоративная идентичность (айдентика). Характеристика основных элементов фирменного стиля. Современные тенденции развития корпоративной культуры. Носители фирменного стиля: стилеобразующие элементы, деловая документация, рекламно-информационные печатные материалы, реклама в прессе, элементы оформления выставок, наружная реклама и визуально-графическое оформление, дополнительные элементы.

Тема 6. *Технологии создания фирменного стиля.* Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие на содержание идеи. Принципы построения логотипа: классический (шрифтовой), символьный (конкретный и абстрактный), синтетический (комплексный). Визуальные системы построения логотипа: недвижимая и динамическая среда. Эмоциональные фильтры для логотипов: агрессивный, позитивный, нейтральный. Макро- и микросистема восприятия логотипа. Слоган. Требования к логотипу и слогану. Фирменные цвета, шрифты. Фирменный блок.

Тема 7. *Товарный знак и его виды.* Предпосылки и история возникновения товарных знаков. Нормативно-правовые акты, регулирующие создание и эксплуатацию товарных знаков. Право пользования. Виды товарных знаков. Концепция (описание), визуальное решение (цвет, ч/б), условия воспроизведения, условия масштабирования, правила построения в графической и цифровой форме, условия комбинации с инородными графическими и текстовыми объектами (границы территории, допустимые варианты расположения инородных объектов и/или сочетания с другими знаками, варианты допустимого цветового фона для размещения) фирменного знака. Знак-индекс, иконический знак, знак-символ. Брендбук. Guideline (Паспорт стандартов). Cut guide (Технологический паспорт). Характеристики, отличия, принципы создания.

Раздел 3. Художественные средства рекламного дизайна

Тема 8. *Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы.* Коммуникативная функция рекламы. Психологические аспекты воздействия рекламы. Когнитивные (познавательные), эмоциональный (аффективный) и поведенческий (конативный) аспекты рекламного воздействия. Структура мотиваций потребителей. Механизм и факторы воздействия рекламы. Направление и методы рекламного воздействия. Адресация рекламного обращения. Теоретические методы создания рекламы на основании анализа процесса восприятия. Основные этапы воздействия рекламного обращения на сознание потребителей. Психологические аспекты восприятия, использующиеся при создании рекламы. Прагматический аспект восприятие рекламного текста. Законы восприятия рекламного обращения. Психологические особенности восприятия цветового решения в рекламе.

Тема 9*. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе.* Рекламный текст — коммуникативная единица, его функции. Структура и основные элементы рекламного текста. Заголовок. Основной рекламный текст. Слоган. Эхо-фраза. Способы аргументации и виды аргументов в рекламном тексте. Ценностная аргументация. Подходы к анализу рекламного текста: формальный, нормативный, семантический, структурный, жанровый, семиотический, этический, эстетический. Эстетические элементы в текстовой рекламе. Шрифт как носитель образа. Основные виды письменности. Фонема. Графема. Типы и классы шрифтов. Элементы букв и надписей. Единицы измерения шрифта. Гарнитура шрифта. Группы шрифтов. Типографика, ее средства в рекламе. Приемы графической трансформации слов.

Тема 10. *Композиция в рекламе.* Структура рекламного продукта. Рекламный образ. Законы создания гармоничной композиции: единства; соподчинения; равновесия; видоизменения; соразмерения. Приемы и средства композиции: цвет и цветовые сочетания, свет и форма, контраст и нюанс, статика и динамика, ритм и метр, масштаб и пропорции, баланс черного, серого и белого пространств, фигура и фон. Организация рекламного обращения, его структурные элементы. Особенности рекламных обращений в зависимости от товарной категории. Основные схемы композиции в рекламе. Композиционный и оптический центры. Сюжетно-важный композиционный центр, способы его выделения. Композиция как способ создания образа. Визуальный метод трансляции образа. Современные средства визуализации в рекламе. Создание эмоционального настроения средствами дизайна. Архетипы в рекламе. Технологии воздействия средств рекламы на ассоциативно-образный ряд потребителя.

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

5.1. Общие положения

Самостоятельная работа обучающихся – особый вид познавательной деятельности, в процессе которой происходит формирование оптимального для данного индивида стиля получения, обработки и усвоения учебной информации на основе интеграции его субъективного опыта с культурными образцами.

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется на практических занятиях. Внеаудиторная самостоятельная работа может осуществляться:

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т. д.;

– без контакта с преподавателем: в аудитории для индивидуальных занятий, в библиотеке, дома, в общежитии и других местах при выполнении учебных и творческих заданий.

Внеаудиторная самостоятельная работа, прежде всего, включает повторение материала, изученного в ходе аудиторных занятий; работу с основной и дополнительной литературой и интернет-источниками; подготовку к практическим занятиям; выполнение заданий, вынесенных преподавателем на самостоятельное изучение; научно-исследовательскую и творческую работу обучающегося.

Целью самостоятельной работы обучающегося является:

– формирование приверженности к будущей профессии;

– систематизация, закрепление, углубление и расширение полученных знаний умений, владений;

– формирование умений использовать различные виды изданий (официальные, научные, справочные, информационные и др.);

– развитие познавательных способностей и активности обучающегося (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности);

– формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию, самореализации;

– развитие исследовательского и творческого мышления.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, и ее объем по каждой дисциплине определяется учебным планом. Методика ее организации зависит от структуры, характера и особенностей изучаемой дисциплины, индивидуальных качеств и условий учебной деятельности.

Для эффективной организации самостоятельной работы обучающийся должен:

знать:

– систему форм и методов обучения в вузе;

– основы научной организации труда;

– методики самостоятельной работы;

– критерии оценки качества выполняемой самостоятельной работы;

уметь:

– проводить поиск в различных поисковых системах;

– использовать различные виды изданий;

– применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой дисциплины;

владеть:

– навыками планирования самостоятельной работы;

– навыками соотнесения планируемых целей и полученных результатов в ходе самостоятельной работы;

– навыками проектирования и моделирования разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению, но с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы дисциплины, которая содержит основные требования к знаниям, умениям и владениям обучаемых. Обязательно следует помнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочного занятия, а затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном рабочей программой дисциплины.

5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Таблица 5

5.2.1. Содержание самостоятельной работы

Наименование разделов, темы	**Содержание самостоятельной работы**	**Форма контроля**
Раздел 1. Реклама как сфера применения дизайна		
Тема 1. Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 1	Проверка самостоятельных работ
Тема 2. Реклама как область применения графического дизайна	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 2	Проверка самостоятельных работ
Тема 3. Проектный процесс в дизайне рекламы	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 3	Проверка самостоятельных работ
Раздел 2. Фирменный стиль организации		
Тема 5. Элементы фирменного стиля организации	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 5 Подготовка курсовой работы	Проверка самостоятельных работ
Тема 6. Технологии создания фирменного стиля	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 6 Подготовка курсовой работы	Проверка самостоятельных работ
Тема 7. Товарный знак и его виды.	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 7 Подготовка курсовой работы	Проверка самостоятельных работ
Раздел 3. Художественные средства рекламного дизайна		
Тема 8. Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 8	Проверка самостоятельных работ
Тема 9. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе.	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 9	Проверка самостоятельных работ
Тема 10. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ.	Изучение основной и дополнительной литературы по теме. Самостоятельная работа № 10	Проверка самостоятельных работ

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Самостоятельная работа № 1.

Тема «Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга»

Цель работы: формирование навыков использования основных правовых норм в сфере разработки объектов рекламного дизайна.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала и данных в информационных справочных системах Гарант, Консультант Плюс определить основные положения нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере дизайна и рекламных технологий. Изучить положения ФЗ № 38 «О рекламе»; Гражданского кодекса РФ. Часть 4.

Самостоятельная работа № 2.

Тема «Реклама как область применения графического дизайна»

Цель работы: сформировать системные представления о правилах результативной работы в команде в процессе разработки объектов рекламного дизайна.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:

– основные функции дизайнера в процессе разработки объектов рекламного дизайна;

– социокультурные факторы существования рекламного дизайна;

– основные типы объектов рекламного дизайна (подобрать примеры).

Самостоятельная работа № 3.

Тема «Проектный процесс в дизайне рекламы»

Цель работы: освоение требований к обоснованию проектных идей, творческих концепций в рекламном дизайне.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:

– основные особенности этапов проектирования визуально-графической рекламы;

– основные группы средств проектирования: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие (подобрать примеры).

Самостоятельная работа № 4.

Тема «Методы оценки эффективности дизайна рекламы»

Цель работы: освоение требований к обеспечению оптимальных решений в рекламном дизайне.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:

– основные особенности этапов оценки эффективности рекламы;

– основные требования к визуально-графическому оформлению эффективной рекламы (подобрать примеры).

Самостоятельная работа № 5.

Тема «Элементы фирменного стиля организации»

Цель работы: освоение принципов анализа дизайна фирменного стиля.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:

– основные особенности дизайна элементов фирменного стиля;

– основные группы носителей фирменного стиля (подобрать примеры).
Подготовка курсовой работы.

Самостоятельная работа № 6.

Тема «Технологии создания фирменного стиля»

Цель работы: освоение принципов синтеза возможных решений при проектировании фирменного стиля.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:
– принципы проектирования элементов фирменного стиля;
– основные требования к элементам фирменного стиля (подобрать примеры).
Подготовка курсовой работы.

Самостоятельная работа № 7.

Тема «Товарный знак и его виды»

Цель работы: освоение принципов анализа дизайна товарных знаков.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2), данных в информационных справочных системах Гарант, Консультант Плюс – изучить положения Гражданского кодекса РФ. Часть 4., определить:
– основные нормативно-правовые требования к товарным знакам;
– особенности дизайна разных видов товарных знаков;
– приемы проектирования комбинированных товарных знаков в сочетании с инородными объектами (подобрать примеры).
Подготовка курсовой работы.

Самостоятельная работа № 8.

Тема «Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы»

Цель работы: освоение принципов синтеза возможных решений при проектировании эстетически привлекательной рекламы.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:
– основные и дополнительные выразительные средства рекламного дизайна;
– требования к использованию в рекламе архетипов и социальных стереотипов (подобрать примеры).

Самостоятельная работа № 9.

Тема «Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе»

Цель работы: освоение принципов синтеза возможных решений при проектировании рекламы с использованием многообразия шрифтов.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:
– основные группы шрифтов для рекламного дизайна;
– требования к использованию в рекламе шрифтов (подобрать примеры).

Самостоятельная работа № 10.

Тема «Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ».

Цель работы: освоение принципов синтеза возможных решений при проектировании рекламы с использованием средств и приемов композиции.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) определить:

– основные средства и приемы композиции для рекламного дизайна;
– требования к композиции визуальной рекламы;
– требования к использованию в дизайне рекламы типичных женских образов (подобрать примеры).

5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы

См. Раздел 7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины.

http://fgosvo.ru/ – Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

https://grants.culture.ru/ – Культура. Гранты России. Общероссийская база конкурсов и грантов в области культуры и искусства.

https://openedu.ru – Открытое образование.

https://президентскиегранты.рф – Фонд президентских грантов.

https://rsv.ru – Россия – страна возможностей.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 6

Паспорт фонда оценочных средств для текущей формы контроля

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
Раздел 1. Реклама как сфера применения дизайна			
Тема 1. Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга	ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3.	– Практическая работа № 1 «Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга» – Самостоятельная работа № 1. «Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга»
Тема 2. Реклама как область применения графического дизайна	ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3.	– Практическая работа № 2 «Реклама как область применения графического дизайна» – Самостоятельная работа № 2. Тема «. Реклама как область применения графического дизайна».
Тема 3. Проектный процесс в дизайне	ПК-3 Способен проектировать ху-	ПК-3.1 ПК-3.2	– Практическая работа № 3 «Проектный процесс в дизайне

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
рекламы	дожественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.3.	рекламы» – Самостоятельная работа № 3. Тема «Проектный процесс в дизайне рекламы».
Тема 4. Методы оценки эффективности дизайна рекламы	ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3.	– Практическая работа № 4 «Методы оценки эффективности дизайна рекламы» – Самостоятельная работа № 4. Тема «Методы оценки эффективности дизайна рекламы»
Раздел 2. Фирменный стиль организации			
Тема 5. Элементы фирменного стиля организации	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практическая работа № 5 «Элементы фирменного стиля организации» – Самостоятельная работа № 5. Тема «№ 5 «Элементы фирменного стиля организации»
Тема 6. Технологии создания фирменного стиля	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практическая работа № 6 «Технологии создания фирменного стиля» – Самостоятельная работа № 6. Тема «Технологии создания фирменного стиля».
Тема 7. Товарный знак и его виды.	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практическая работа № 7 «Товарный знак и его виды» – Самостоятельная работа № 7. Тема «Товарный знак и его виды».
Раздел 3. Художественные средства рекламного дизайна			
Тема 8. Восприятие	ПК-4 Способен со-	ПК-4.1	– Практическая работа № 9

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы	здавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.2 ПК-4.3	«Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы» – Самостоятельная работа № 9. Тема «Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы».
Тема 9. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе.	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практическая работа № 10 «Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе» – Самостоятельная работа № 10. Тема «Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе».
Тема 10. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практическая работа № 11 «Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ» – Самостоятельная работа № 11. Тема «Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ».

Таблица 7

Паспорт фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
1	**2**	**3**	**4**
Раздел 1. Реклама как сфера применения дизайна			
Тема 1. Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга	ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3.	– Вопросы к зачету (5 семестр): №№ 1–4 – Практико-ориентированное задание № 1
Тема 2. Реклама как	ПК-3 Способен	ПК-3.1	– Вопросы к зачету (5 семестр):

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
область применения графического дизайна	проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.2 ПК-3.3.	№№ 5–9 – Практико-ориентированное задание № 1
Тема 3. Проектный процесс в дизайне рекламы	ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3.	– Вопросы к зачету (5 семестр): №№ 10–13 – Практико-ориентированное задание № 1
Тема 4. Методы оценки эффективности дизайна рекламы	ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	ПК-3.1 ПК-3.2 ПК-3.3.	– Вопросы к зачету (5 семестр): №№ 13–16 – Практико-ориентированное задание № 1
Раздел 2. Фирменный стиль организации			
Тема 5. Элементы фирменного стиля организации	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практико-ориентированное задание № 2
Тема 6. Технологии создания фирменного стиля	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практико-ориентированное задание № 2
Тема 7. Товарный знак и его виды.	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Практико-ориентированное задание № 2

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эргономических требований.		
Раздел 3. Художественные средства рекламного дизайна			
Тема 8. Восприятие рекламы, дизайн и приемы создания эффективной рекламы	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эргономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Вопросы к экзамену (7 семестр): №№ 1–13; Практико-ориентированное задание № 3.
Тема 9. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе.	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эргономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Вопросы к экзамену (7 семестр): №№ 16–17; Практико-ориентированное задание № 3.
Тема 10. Композиция в рекламе. Структура рекламного продукта. Рекламный образ	ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эргономических требований.	ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	– Вопросы к экзамену (7 семестр): №№ 22–25; Практико-ориентированное задание № 4.

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

6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Таблица 8

Показатели и критерии оценивания компетенций

Планируемые результаты освоения ОПОП	Показатели сформированности компетенций	Критерии оценивания
1	2	3
ПК-3 Способен проектировать художественные работы изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера	– понимает методы проектирования художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера; – понимает способы составления проектов художественных работ изобразительного, композиционного, рекламного и шрифтового характера. – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
ПК-4 Способен создавать и разрабатывать художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований.	– понимает способы создания и разработки художественно-конструкторских проектов, макетов, рабочих чертежей с учетом конструктивных и эгрономических требований; – применяет способы разработки художественно-конструкторские проекты, макеты, рабочие чертежи с учетом конструктивных и эгрономических требований; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Характеристика этапа	Формы контроля
1	2	3
Начальный (входной) этап формирования компетенций	Диагностика входных знаний в рамках компетенций.	Самоанализ, устный опрос
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Практические занятия, самостоятельная работа:
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	***Зачет, Экзамен:*** – ответы на теоретические вопросы; – выполнение практико-ориентированных заданий. ***Защита курсовой работы:*** – качество изложения материала; – наличие собственных обобщений и выводов, рекоменда-

		ций, понимания проблем и перспектив изучения темы; – корректное использование опубликованных источников и электронных ресурсов; – уровень оформления работы, соответствующий требованиям методических указаний.

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на экзамене

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично (зачтено)	Обучающийся показывает глубокие, исчерпывающие знания в объеме пройденной программы, уверенно действует по применению полученных знаний на практике, демонстрируя умения и владения, определенные программой. Грамотно и логически стройно излагает материал при ответе, умеет формулировать выводы из изложенного теоретического материала, знает дополнительно рекомендованную литературу. Обучающийся способен действовать в нестандартных практико-ориентированных ситуациях. Отвечает на все дополнительные вопросы. Результат обучения показывает, что достигнутый уровень оценки результатов обучения по дисциплине является основой для формирования соответствующих компетенций.
Хорошо (зачтено)	Результат обучения показывает, что обучающийся продемонстрировал результат на уровне осознанного владения учебным материалом и учебными умениями, владениями по дисциплине. Допускает незначительные ошибки при освещении заданных вопросов. Обучающийся способен анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.
Удовлетворительно (зачтено)	Результат обучения показывает, что обучающийся обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине. Ответы излагает хотя и с ошибками, но исправляемыми после дополнительных и наводящих вопросов. Обучающийся способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что является основой успешного формирования умений и владений для решения практико-ориентированных задач.
Неудовлетворительно (не зачтено)	Результат обучения обучающегося свидетельствует об усвоении им только элементарных знаний ключевых вопросов по дисциплине. Допущенные ошибки и неточности в ходе промежуточного контроля показывают, что обучающийся не овладел необходимой системой знаний и умений по дисциплине. Обучающийся допускает грубые ошибки в ответе, не понимает сущности излагаемого вопроса, не умеет применять знания на практике, дает неполные ответы на дополнительные и наводящие вопросы.

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Практическое (практико-ориентированное) задание

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично (зачтено)	Обучающийся самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументированно излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Хорошо (зачтено)	Обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя профессиональную терминологию.
Удовлетворительно (зачтено)	Обучающийся в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, путаясь в профессиональных понятиях.
Неудовлетворительно (не зачтено)	Обучающийся не решил учебно-профессиональную задачу.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

6.3.1. Материалы для подготовки к экзамену

Таблица 12

Материалы, необходимые для оценки знаний (примерные теоретические вопросы) к зачету

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Понятие рекламы, ее свойства, основные требования, предъявляемые к рекламе.	ПК- 3, ПК-4
2.	Охарактеризуйте основные функции рекламы, как деятельности в сфере экономики.	ПК- 3, ПК-4
3.	Охарактеризуйте основные социальные функции рекламы.	ПК- 3, ПК-4
4.	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Характеристика элементов системы маркетинга	ПК- 3, ПК-4
5.	Охарактеризуйте этапы разработки дизайна для рекламной кампании организации.	ПК- 3, ПК-4
6.	Охарактеризуйте факторы влияния на творческую стратегию рекламной кампании.	ПК- 3, ПК-4
7.	Понятие «рекламный дизайн», история, основные направления деятельности.	ПК- 3, ПК-4
8.	Охарактеризуйте рекламный дизайн как социокультурный феномен.	ПК- 3, ПК-4
9.	Охарактеризуйте социокультурные факторы существования рекламного дизайна.	ПК- 3, ПК-4
10.	Эстетическое измерение рекламного образа: основные критерии.	ПК- 3, ПК-4
11.	Типология объектов рекламного дизайна по различным основаниям.	ПК- 3, ПК-4
12.	Охарактеризуйте этапы проектирования визуальной рекламы.	ПК- 3, ПК-4

13.	Композиция в рекламном дизайне: законы, приемы и средства.	ПК- 3, ПК-4
14.	Сюжетно-важный композиционный центр в изобразительной рекламе. Основные приемы выделения.	ПК- 3, ПК-4
15.	Цвет в рекламном дизайне: основные принципы цветового решения.	ПК- 3, ПК-4
16.	Оценка оптимальности проектного решения дизайна: основные методики.	ПК- 3, ПК-4

Таблица 13

Материалы, необходимые для оценки умений и владений (примерные практико-ориентированные задания)

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Фирменный стиль организации, его основные элементы.	ПК- 3, ПК-4
2.	Технологии создания фирменного стиля.	ПК- 3, ПК-4
3.	Классификация основных носителей фирменного стиля.	ПК- 3, ПК-4
4.	Товарный знак: классификация видов.	ПК- 3, ПК-4
5.	Символика в фирменном стиле, знак и символ в рекламе.	ПК- 3, ПК-4
6.	Брендбук, паспорт стандартов, технологический паспорт, их характеристики, отличия, принципы создания.	ПК- 3, ПК-4
7.	Коммуникативная функция рекламы, роль дизайна в рекламной коммуникации.	ПК- 3, ПК-4
8.	Рекламный дизайн и психологические аспекты воздействия рекламы.	ПК- 3, ПК-4
9.	Структура мотиваций потребителей и рекламный дизайн.	ПК- 3, ПК-4
10.	Психологические особенности восприятия цвета в рекламе.	ПК- 3, ПК-4
11.	Социальный стереотип в дизайне рекламы, типология социальных стереотипов.	ПК- 3, ПК-4
12.	Особенности визуализации женских и мужских образов в рекламе.	ПК- 3, ПК-4
13.	Информационное и эстетическое воздействие рекламы.	ПК- 3, ПК-4
14.	Экономическая, коммуникативная и психологическая эффективность рекламы и дизайн.	ПК- 3, ПК-4
15.	Этапы оценки эффективности визуальной рекламы.	ПК- 3, ПК-4
16.	Рекламный текст, его функции, стиль шрифтового оформления.	ПК- 3, ПК-4
17.	Шрифт — носитель рекламного образа.	ПК- 3, ПК-4
18.	Оценка эффективности визуально-графического решения рекламы.	ПК- 3, ПК-4
19.	Творческая стратегия в рекламной кампании: роль дизайна.	ПК- 3, ПК-4
20.	Основные средства рекламного дизайна: их характеристика.	ПК- 3, ПК-4
21.	Типографика, ее средства в рекламе.	ПК- 3, ПК-4
22.	Законы создания гармоничной композиции в рекламе.	ПК- 3, ПК-4
23.	Приемы и средства композиции в рекламе.	ПК- 3, ПК-4
24.	Сюжетно-важный композиционный центр в визуальной рекламе: способы выделения.	ПК- 3, ПК-4
25.	Композиция как средство создания рекламного образа.	ПК- 3, ПК-4

6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине

Написание рефератов (эссе, творческих заданий) не предусмотрено.

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинарские занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Практическая работа № 1.Тема «Реклама: сущность, функции, задачи, место в системе маркетинга»

Цель работы: формирование навыков использования основных правовых норм в сфере разработки объектов рекламного дизайна.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала и данных в информационных справочных системах Гарант, Консультант Плюс определить соответствие образцов рекламы основным положениям нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере дизайна и рекламных технологий (ФЗ № 38 «О рекламе»; Гражданского кодекса РФ. Часть 4). Подобрать примеры добросовестной рекламы, на основе этого разработать оригинал-макеты серии рекламных плакатов на социальную тематику (выбрать самостоятельно).

Практическая работа № 2. Тема «Реклама как область применения графического дизайна»

Цель работы: формирование системных представлений о правилах результативной работы в команде в процессе разработки объектов рекламного дизайна.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) работая в малых группах (2–3 студента) определить в образцах рекламы:

– типологические, формальные и содержательные характеристики;

– основные использованные средства дизайна;

– коммуникативную эффективность проектного решения.

Практическая работа № 3. Тема «Проектный процесс в дизайне рекламы»

Цель работы: освоение требований к обоснованию проектных идей, творческих концепций в рекламном дизайне.

Задание и методика выполнения: на основе изучения лекционного материала, основной и дополнительной литературы (см. п. 7.1; 7.2) разработать оригинал-макет зрелищной афиши, с использованием предложенных материалов. Компьютерная графика.

.

Практическая работа № 4. Тема «Анализ дизайна рекламного плаката XIX в.»

Цель работы – Проанализировать примеры рекламного плаката XIX в.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 5. Тема «Основные элементы фирменного стиля»

Цель работы – Ознакомиться с основными элементами ФС и их особенностями.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 6. Тема «Дизайн-проект фирменного стиля организации»

Цель работы – Ознакомиться со структурой разработки дизайн-проекта фирмен-

ного стиля выбранной организации.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 7. Тема «Фирменный стиль организации социальной направленности»

Цель работы – Ознакомиться со структурой разработки ФС организации социальной направленности.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 8. Тема «Руководство по фирменному стилю»

Цель работы – Разобрать руководство по разработке ФС.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 9. Тема «Концепция и дизайн товарного знака»

Цель работы – Ознакомиться со структурой разработки товарного знака.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 10. Тема «Структура потребностей, мотивов и стимулов, ее использование в рекламе»

Цель работы – Ознакомиться со структурой потребностей, мотивов и стимулов.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 11. Тема «Цвет в дизайне рекламы»

Цель работы – Проанализировать понятие цвет и выявить основные особенности.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 12. Тема «Дизайн-проект рекламного плаката»

Цель работы – Разработать рекламный плакат, выявить главные характеристики разработки.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 13. Тема «Разработка рекламной стратегии»

Цель работы – Изучить понятие рекламной стратегии, привести примеры

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

Практическая работа № 14. Тема «Этапы дизайн-проекта рекламы»

Цель работы – Проанализировать основные этапы разработки дизайн-проекта рекламы.

Задание и методика выполнения: На основе лекционного материала и рекомендуемого списка литературы выполнить задание.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий

Мелкогрупповые/индивидуальные занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)

Контрольная работа в учебном процессе не используется.

6.3.4.5. Тестовые задания

Тестовые задания включены в фонд оценочных средств. Используются тестовые задания в форме выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных, установление соответствия (последовательности), кейс-задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в соответствии с локальными актами вуза.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине отражены в 4 разделе «Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий».

Анализ и мониторинг промежуточной аттестации отражен в сборнике статистических материалов: «Итоги зимней (летней) зачетно-экзаменационной сессии».

2. Для подготовки к промежуточной аттестации рекомендуется пользоваться фондом оценочных средств:

– перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.1);

– описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (см. п. 6.2);

– типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (см. п. 6.3).

3. Требования к прохождению промежуточной аттестации экзамен. Обучающийся должен:

–своевременно и качественно выполнять практические работы;

–своевременно выполнять самостоятельные задания;

–пройти промежуточное тестирование.

4. Во время промежуточной аттестации используются:

– список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на экзамен;

– описание шкал оценивания;

– справочные, методические и иные материалы.

1. Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья фонды оценочных средств адаптированы за счет использования специализированного оборудования для инклюзивного обучения. Форма проведения текущей и итоговой аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофи-

зических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т. п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы[1]

1. Жданова, Н. С. Методика обучения учащихся основам дизайна [Электронный ресурс] / Н. С. Жданова. – 2-е изд., стереотип. – Москва : Флинта, 2015. – 190 с. – Режим доступа: https://ibooks.ru/reading.php?productid=352555.
2. Луптон, Э. Графический дизайн от идеи до воплощения [Электронный ресурс] / Э. Луптон ; пер. с англ. В. Иванова. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 184 с. – Режим доступа: https://ibooks.ru/reading.php?productid=344853.
3. Розенсон, И. А. Основы теории дизайна [Текст] : учебник / И. А. Розенсон. – Санкт-Петербург : Питер, 2010. – 219 с.
4. Элам, К. Графический дизайн. Принцип сетки [Электронный ресурс] / К. Элам. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 120 с. – Режим доступа: https://ibooks.ru/reading.php?productid=344851
5. Смородина, Е. И. Компьютерная и проектная графика. Программный пакет Adobe Photoshop : учебное пособие / Е. И. Смородина. — Омск : ОмГТУ, 2022. — 81 с. — ISBN 978-5-8149-3473-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/343658 (дата обращения: 24.04.2024).
6. Клещев, О. И. Типографика : учебное пособие / О. И. Клещев. — Екатеринбург : УрГАХУ, 2016. — 172 с. — ISBN 978-5-7408-0249-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/131263 (дата обращения: 24.04.2024). — Режим доступа: для авториз. Пользователей
7. Клещев, О. И. Типографика и основы полиграфии : учебное пособие / О. И. Клещев. — Екатеринбург : ЕАСИ, 2014. — 126 с. — ISBN 978-5-904440-34-3. — Текст : электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/136382 (дата обращения: 24.04.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

7.2. Информационные ресурсы

7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Базы данных:

Библиотека диссертаций и рефератов России .– Режим доступа: http://www.dslib.net

Единое окно доступа к информационным ресурсам.– Режим доступа: http://window.edu.ru

https://elibrary.ru/defaultx.asp

Национальная электронная библиотека – Режим доступа:http://xn--90ax2c.xn--p1ai/

[1] Обеспечение обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья печатными и электронными образовательными ресурсами осуществляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Национальный открытый университет.– Режим доступа :http://www.intuit.ru/

Образовательный ресурс по Adobe Photoshop.– Режим доступа: http://photoshoplessons.ru/

Росинформкультура: рос.система науч.-информ. Обеспечения культур. Деятельности: офиц. сайт. – Режим доступа: http://infoculture.rsl.ru/RSKD/main.htm

Российская книжная палата.– Режим доступа: http://www.bookchamber.ru/

ФГУП НТЦ «Информрегистр» .– Режим доступа: http://inforeg.ru/about/itemlist/category/49-obshhie-svedeniya

ЭБС «Лань» – Режим доступа:http://e.lanbook.com

Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа:http://www.dslib.net;

https://archi.ru/;

https://vk.com/dbooks;

https://vk.com/repetitor3d;

https://vk.com/club150709842.

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

:

http://www.intuit.ru/ – Национальный открытый университет

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Комплексное изучение обучающимися дисциплины предполагает: овладение материалами лекций, учебной и дополнительной литературой, указанной в рабочей программе дисциплины; творческую работу обучающихся в ходе проведения семинарских (практических, индивидуальных) занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы обучающихся.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты обучающимися во внимание. Основой для подготовки обучающегося к семинарским занятиям являются лекции и издания, рекомендуемые преподавателем (см. п. 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы).

Основной целью практических занятий является отработка профессиональных умений и владений навыками. В зависимости от содержания практического занятия могут быть использованы методики интерактивных форм обучения. Основное отличие активных и интерактивных упражнений и заданий в том, что они направлены не только и не столько на закрепление уже изученного материала, сколько на изучение нового.

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: Render, 3D Artist, Монитор, Digital Creative Arts (задания для самостоятельной работы см. в Разделе 5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине).

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с обучающимися в ходе изучения материала данной дисциплины.

Выбор методов обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется с учетом особенностей восприятия ими учебной информации, содержания обучения, методического и материально-технического обеспечения. В

образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создания комфортного психологического климата в студенческой группе.

Таблица 14

Оценочные средства по дисциплине с учетом вида контроля

Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Виды контроля
Аттестация в рамках текущего контроля	Средство обеспечения обратной связи в учебном процессе, форма оценки качества освоения образовательных программ, выполнения учебного плана и графика учебного процесса в период обучения студентов.	Текущий (аттестация)
Зачет и экзамен	Формы отчетности обучающегося, определяемые учебным планом. Зачеты служат формой проверки качества выполнения обучающимися учебных работ, усвоения учебного материала практических и семинарских занятий. Экзамен служит для оценки работы обучающегося в течение срока обучения по дисциплине (модулю) и призван выявить уровень, прочность и систематичность полученных им теоретических и практических знаний, приобретения владения навыками самостоятельной работы, развития творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их в решении практических задач.	Промежуточный
Кейс-задача	Проблемное задание, в котором, обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы в соответствующей области.	Текущий (в рамках практического занятия или сам. работы)
Портфолио	Совокупность документированных индивидуальных образовательных достижений, исследовательских, проектных и творческих работ (и отзывы на них), предназначенных для последующего их анализа, всесторонней количественной и качественной оценки уровня обученности студента и дальнейшей коррекции процесса обучения.	Промежуточный (часть аттестации)
Практическая работа	Оценочное средство для закрепления теоретических знаний и отработки владения навыками и умений, способности применять знания при решении конкретных задач.	Текущий (в рамках практического занятия, сам. работы)

Проект	Комплекс учебных и исследовательских заданий, позволяющих оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, владения навыками практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках семинара, практического занятия или сам. работы), промежуточный (часть аттестации)
Творческое задание	Учебные задания, требующие от обучающихся не простого воспроизводства информации, а творчества, поскольку содержат больший или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов в решении поставленной в задании проблемы. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Текущий (в рамках самостоятельной работы, семинара или практического занятия)

9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории для проведения учебных занятий по дисциплине оснащены оборудованием (учебная мебель, тематические стенды) и техническими средствами обучения (компьютерная техника, мультимедийное оборудование) проводной интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

– лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer CorelDrawX4 CorelDrawX7, 3DStudioMax 2011 Eng, MediaPlayer Classic Русский музей: виртуальный филиал.

Лист изменений в рабочую программу дисциплины

В рабочую программу дисциплины внесены следующие изменения и дополнения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2024/25	Протокол № 11 27.05.2024	7.1.	Обновлен перечень печатных и электронных образовательных ресурсов
2026/27	Протокол № 8 26.05.2025	7.1.	Обновлен перечень печатных и электронных образовательных ресурсов
2026/27	Протокол № дд.мм.гггг		
2027/28	Протокол № дд.мм.гггг		

Учебное издание

Автор-составитель
Алексей Григорьевич **Лешуков**

БРЕНД И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

программа бакалавриата
«Руководство студией художественного конструирования, преподавание художественно-творческих дисциплин»
по направлению подготовки 51.03.02 Народная художественная культура
квалификация: бакалавр

Печатается в авторской редакции

Подписано к печати
Формат 60х84/16 *Объем 2.0 п. л.*
Заказ *Тираж 100 экз.*

Челябинский государственный институт культуры
454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36а

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф