



ФГОС ВО
(версия 3++)

**РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА
КОММУНИКАЦИОННЫХ И МЕДИАПРОДУКТОВ**

Рабочая программа дисциплины

**ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2024**

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

Кафедра дизайна и компьютерных технологий

РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА КОММУНИКАЦИОННЫХ И МЕДИАПРОДУКТОВ

Рабочая программа дисциплины

по программе магистратуры
профиль «Коммуникативный дизайн в рекламе»
по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
квалификация: магистр

**Челябинск
ЧГИК
2024**

УДК 745/749(073)
ББК 30.18я73
Р 17

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) «Коммуникативный дизайн в рекламе» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор-составитель: Ниасова Е.А., доцент кафедры дизайна и компьютерных технологий

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП на заседании совета факультета декоративно-прикладного творчества рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 5 от 22.01.2024.

Экспертиза проведена 16.02.2024, акт № 2024/РСОм

Рабочая программа дисциплины как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 05 от 26.02.2024.

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

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2024/24	
2024/25	
2025/26	
2026/27	
2027/28	

Р17 Разработка и технологии производства коммуникационных и медиапродуктов : рабочая программа дисциплины: программа магистратуры «Коммуникативный дизайн в рекламе» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, квалификация: магистр, авт.-сост.Е.А. Ниасова ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2024. – 33 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, 2024

2. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

СОДЕРЖАНИЕ

Аннотация	6
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	9
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	9
4.1. Структура преподавания дисциплины	9
4.1.1. Матрица компетенций	11
4.2. Содержание дисциплины.....	12
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	14
5.1. Общие положения.....	15
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	16
5.2.1. Содержание самостоятельной работы.....	16
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	16
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных 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.....	21
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	21
6.2.2. Описание шкал оценивания.....	22
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и (или) экзамене	22
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	23
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	24
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и (или) экзамену	24
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	24
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы	25
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.....	25
6.3.4.1. Планы семинарских занятий	25
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	25
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий	26
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока)	26
6.3.4.5. Тестовые задания.....	26

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций	26
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины	27
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы	27
7.2. Информационные ресурсы	27
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы .	28
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	28
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	29
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	30
Лист изменений в рабочую программу дисциплины.....	32

3. СОСТАВЛЕНИЕ АННОТАЦИИ

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.02 Разработка и технологии производства коммуникационных и медиапродуктов
2	Цель дисциплины	формировании целостного представления об организации и процессе создания айдентики и фирменного стиля бренда, средств визуальной коммуникации, разработки дизайна интерфейсов.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	– освоении методами и технологиями проектирования графических пользовательских интерфейсов; – изучении стандартов, требований по проектированию платформ и операционных систем, регламентирующих требования к эргономике взаимодействия человек – система; – освоении типовыми и уникальными экранами графического пользовательского интерфейса.
4	Планируемые результаты освоения	ПК-2; ПК-4
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 11 в академических часах – 396
6	Разработчики	Ниясова Е.А., доцент кафедры дизайна и компьютерных технологий, член Союза дизайнеров РФ

4. ОСНОВНЫЕ ПУНКТЫ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

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-2. Способно-существовать концептуальное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	ПК-2.1	Знает:	– методы и технологии проектирования графических пользовательских интерфейсов; – стандарты, требования и руководства по проектированию платформ и операционных систем, регламентирующие требования к эргономике взаимодействия человек – система; – типовые и уникальные экраны графического пользовательского интерфейса	– методы и технологии проектирования графических пользовательских интерфейсов; – стандарты, требования и руководства по проектированию платформ и операционных систем, регламентирующие требования к эргономике взаимодействия человек – система; – типовые и уникальные экраны графического пользовательского интерфейса
	ПК-2.2	Умеет:	– поддерживать обратную связь с заказчиками, представлять на утверждение проект графического пользовательского интерфейса; – получать из открытых источников релевантную профессиональную информацию и анализировать ее создавать модифицировать и прототипировать графические пользовательские интерфейсы	– поддерживать обратную связь с заказчиками, представлять на утверждение проект графического пользовательского интерфейса; – получать из открытых источников релевантную профессиональную информацию и анализировать ее создавать модифицировать и прототипировать графические пользовательские интерфейсы
	ПК-2.3.	Владеет:	– методами и технологиями проектирования графических пользовательских интерфейсов; – стандартами, требо-	– методами и технологиями проектирования графических пользовательских интерфейсов; – стандартами, требо-

			ваниями по проектированию платформ и операционных систем, регламентирующих требования к эргономике взаимодействия человек – система; – типовыми и уникальными экранами графического пользовательского	ваниями по проектированию платформ и операционных систем, регламентирующих требования к эргономике взаимодействия человек – система; – типовыми и уникальными экранами графического пользовательского
ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.1.	Знает:	– особенности разработки концептуального и художественно-технического решения дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	– особенности разработки концептуального и художественно-технического решения дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна
	ПК-4.2	Умеет:	– разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	– разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна
	ПК-4.3	Владеет:	–навыками моделирования разработки концептуального и художественно-технического решения дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	– навыками моделирования разработки концептуального и художественно-технического решения дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплинами: «Проектирование и продвижение рекламного продукта в СМИ», «Разработка и технологии производства коммуникационных и медиапродуктов».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Методология рекламной деятельности», «Инфографика и визуальные коммуникации в рекламе», «Концептуальное проектирование Web-сайтов», «Анимационная графика в дизайне».

рекламы», прохождении практик: Научно-исследовательская работа, Профессионально-творческая 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 11 зачетных единиц, 396 часов

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов	
	Очная форма	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	396	396
– Контактная работа(всего)	216	60
в том числе:	-	
лекции	-	-
семинары	-	-
практические занятия	216	36
мелкогрупповые занятия	-	-
индивидуальные занятия	-	-
консультация <i>в рамках промежуточной аттестации (КонсПА)</i>	2	2
иная контактная работа (ИКР) <i>в рамках промежуточной аттестации</i>	0,3	4
консультации (конс.)	-	12
контроль самостоятельной работы (КСР)	-	6
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	150,8	327
– Промежуточная аттестация обучающегося экзамен /: контроль	26,7	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

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Очная форма обучения		Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной ра-
		Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)		
		Контактная работа	с/р	

		лек.	сем.	практ.	инд.		ботой
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта							
Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт	36			24		12	Просмотр практических работ
Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы	36			24		12	Просмотр практических работ
Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве	36			24		12	Просмотр практических работ
Итого в 1 сем.	108	-	-	72	-	36	-
Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта.							
Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы	72			36		36	Просмотр практических работ
Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта	71,8			36		35,8	Просмотр практических работ
Зачет 2 семестр	0,2						<i>ИКР – 0,2 час. / Зачет</i>
Итого в 2 сем.	144	-	-	72	-	71,8	0,2
Тема 6. Технологии создания печатной рекламы	56			36		20	Просмотр практических работ
Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы.	59			36		23	Просмотр практических работ
Консультации ПА Контроль самостоятельной работы Экзамен 3 семестр	29						<i>конс. ПА – 2 час. ИКР – 0,3 час. / Экзамен 26,7</i>
Итого в 3 сем.	144			72	-	43	29
Всего по дисциплине	396	-	-	216	-	150,8	29,2

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)					с/р/конс, КСР	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа				инд.		
		лек.	сем. / конс, КСР	практ. / конс, КСР				
1	2	3	4	5	6	7	8	
Раздел 1. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта								
Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт	34			4		30	Просмотр практических работ	
Тема 2. Проектный процесс в создании эффек-	34			4		30	Просмотр практических работ	

тивной рекламы							
Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве	34			4		30	Просмотр практических работ
Консультации	6					4	
Контроль самостоятельной работы						2	
Итого в 1 сем.	108	-	-	12	-	96	-
Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта.							
Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы	67			6		61	Просмотр практических работ
Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта	67			6		61	Просмотр практических работ
Консультации	6					4	
Контроль самостоятельной работы						2	
Зачет 2 семестр	4						ИКР – 2 час. / Зачет 2 час
Итого в 2 сем.	144	-	-	12	-	128	4
Тема 6. Технологии создания печатной рекламы	62			6		56	Просмотр практических работ
Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы.	65			6		59	Просмотр практических работ
Консультации	6					4	
Контроль самостоятельной работы						2	
Консультации ПА, ИКР	11						конс. ПА – 2 час. ИКР – 2 час. / Экзамен 7
Экзамен 3 семестр							
Итого в 3 сем.	144			12	-	121	11
Всего по дисциплине	396	-	-	216	-	345	14

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ПК-2	ПК-4
1	2	3
Раздел 1. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта		
Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт	+	
Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы	+	
Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве	+	
Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта		
Тема 4. Коммуникативные функции эффективной		+

рекламы		
Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта		+
Зачет 2 семестр		
Тема 6. Технологии создания печатной рекламы		+
Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы.		+
Экзамен 3 семестр	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта.

Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт. Понятие рекламы, ее свойства. Основные функции рекламы. Реклама и социум. Реклама в системе маркетинга: задачи дизайнера в рекламе. Рекламное обращение как вид коммуникационного продукта: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Язык рекламы: выразительные и художественно изобразительные средства в рекламе. Выразительные средства речи. Речевое воздействие в рекламе. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания. Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания. Социокультурные факторы существования коммуникационного продукта. Эстетическое измерение рекламного образа. Типологии объектов рекламного дизайна.

Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы. Этапы проектирования визуально-графической рекламы. Функционально-структурный и процессный подходы в проектировании коммуникационного и медиа продукта. Принципы системного дизайна. Дизайн-проектирование, дизайн-концепция. Аналитический, конструктивный, художественный аспекты дизайн-проектирования рекламы. Его средства: семиотические, художественные, технологические, материаловедческие. Основы композиции в дизайне рекламы. Цвет в рекламном дизайне. Оценка оптимальности проектного решения дизайна. 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 коммуникационного медиапродукта.

Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве. 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. Технологии создания фирменного стиля. Принципы разработки стилеобразующей идеи. Факторы, влияющие

на содержание идеи. Принципы построения логотипа: классический (шрифтовой), символичный (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. Товарный знак и его виды. 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). Cutguide (Технологический паспорт). Характеристики, отличия, принципы создания.

Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта.

Тема 4. Коммуникативные функции 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. Технологии составления рекламного текста. Шрифт в рекламе. Рекламный текст, как 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 5. Художественные средства создания рекламного продукта. 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

Тема 6. Технологии создания печатной рекламы. Классификация видов печати. Способы печати. Преимущества и недостатки различных видов и способов печати. Характеристика типов изданий. Классификация изданий по различным основаниям. Целевое назначение разных печатных изданий. Типологические особенности изданий, их отражение в стиле оформления. Компьютерная верстка: определение, задачи, виды. Общие правила верстки. Шрифты: наборные и рисованные. Элементы шрифта. Шрифтовое оформление и выделение. Гарнитура. Кегль. Начертание. Группы и семейства шрифтов. Типографские единицы измерения. Правила расстановки пробелов. Структурно-композиционная часть текста — абзац, методы его выделения. Термины редактирования. Печатная бумага: определение, состав, основные этапы производства. Типы бумаги: их классификация по различным критериям, специфические свойства и область применения. Макетирование и моделирование изданий, элементы оформления, правила верстки. Этап эскиза макета. Определение формата и ориентации полосы. Методики определения размеров полей страницы. Модульная сетка. Элементы оформления полосы. Практические советы по эффективному макетированию. Приемы и методы модульного дизайна. Принципы макетирования. Специфика макетирования электронной версии печатного издания. Виды верстки. Единообразие и приводность верстки. Верстка эпиграфов, цитат, сносок и ссылок, заставок, стихотворений, текста, иллюстраций. Правило выравнивания. Система повторов. Правило контраста. Специфика многоколонной верстки. Колонтитулы, колонцифры, колонлинейки. Рубрики. Таблицы и формулы. Фотографии. Недопустимые элементы. Правила расстановки переносов. Спусковые и концевые полосы. Виды и верстка указателей.

Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы. Понятие и специфика рекламного видео-продукта. Основные жанровые особенности рекламных видео. Основные технологии, используемые в производстве видео-рекламы и медиа рекламы. Основные направления рекламного рынка. Виды рекламных видеороликов: съемочные информационные видеоролики; съемочные постановочные видеоролики; анимационные (мультипликационные) видеоролики; графические видеоролики (с использованием компьютерной графики - 3D-анимация, 2D- графика и 3D-графика); видеозаставки; презентационные (корпоративные) фильмы; видеокаталоги; видеофильмы для выставок. Инфографика как инструмент визуализации информации. Художественные средства создания инфографики. Подготовка креативного брифа для создания медиа продукта. Сценарная разработка видеопродукта. Создание режиссерского тритмента (базовой сюжетной линии) и режиссерских раскадровок. Основные понятия анимации: сториборд, раскадровка, экспликация, аниматик, референс, ротоскоп и др. Основные законы и принципы анимации. Виды анимации по техникам. Классическая, рисованная мультипликация и т.д. Ручные техники стоп-моушн: сыпучая анимация, предметная, пиксиляция, живой фон. Рисованная перекладная анимация, пластилиновая перекладная анимация – выразительные возможности и способы применения. Необходимое оборудование для съёмок различных видов анимации. Программы для работы с анимацией.

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 индивидуума 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 ит. 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 обучающихся. 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. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта		
Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт	Самостоятельная работа №1	Проверка самостоятельных заданий
Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы	Самостоятельная работа №2	Проверка самостоятельных заданий
Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве	Самостоятельная работа №3	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта		
Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы	Самостоятельная работа №4	Проверка самостоятельных заданий
Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта	Самостоятельная работа №5	Проверка самостоятельных заданий
Тема 6. Технологии создания печатной рекламы	Самостоятельная работа №6	Проверка самостоятельных заданий
Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы	Самостоятельная работа № 7	Проверка самостоятельных заданий

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Раздел 1. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта

Самостоятельная работа № 1. Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт.

Цель работы: изучить основные понятия рекламы в системе коммуникационных медиа продуктов.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Реклама и коммуникационный медиа продукт» и подготовить эскизы для работы на практическом занятии

Самостоятельная работа № 2. Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы

Цель работы: изучить основные этапы проектного процесса в создании рекламы
Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Проектный процесс в создании эффективной» и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 3 Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве

Цель работы: изучить каким образом качественно разработанный фирменный стиль организации, влияет на продвижение его в медиа пространстве.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве» и подготовить эскизы для работы на практическом занятии

Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта

Самостоятельная работа № 4. Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы.

Цель работы: изучить коммуникативные функции эффективной рекламы.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме, «Коммуникативные функции эффективной рекламы», подготовить эскизы для работы на практическом занятии

Самостоятельная работа № 5 Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта

Цель работы: изучить основные художественные средства создания рекламного продукта

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Художественные средства создания рекламного продукта», и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 6 Тема 6. Технологии создания печатной рекламы

Цель работы: изучить технологические возможности создания печатной рекламы.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Технологии создания печатной рекламы» и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 7 Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы.

Цель работы: изучить художественные возможности и технологию производства анимационной и интернет рекламы.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме «Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы» и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

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.

<http://gramota.ru/> – Справочно-информационный портал **Грамота.ру** – русский язык для всех.

<https://grants.culture.ru/> – Культура. Гранты России. Общероссийская база курсов 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. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта			
Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт	ПК-2. Способен осуществлять концептуальное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	ПК-2.1	– Практическая работа № 1 «Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт» – Самостоятельная работа № 1 «Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт».
		ПК-2.2	
		ПК-2.3	
Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы	ПК-2. Способен осуществлять концептуальное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	ПК-2.1	– Практическая работа № 2 «Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы» – Самостоятельная работа № 2 «Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы»
		ПК-2.2	
		ПК-2.3	
Тема 3. Фирменный стиль организации, как	ПК-2. Способен осуществлять концептуаль-	ПК-2.1	– Практическая работа № 3 «Тема 3. Фирменный
		ПК-2.2	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве	ное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	ПК-2.3	стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве» – Самостоятельная работа № 3 «Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве».
Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта			
Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы	ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.1	– Практическая работа № 4 «Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы» – Самостоятельная работа № 4 «Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы»
		ПК-4.2	
		ПК-4.3	
Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта	ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.1	– Практическая работа №5 «Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта» – Самостоятельная работа № 5 «Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта»
		ПК-4.2	
		ПК-4.3	
Тема 6. Технологии создания печатной рекламы	ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.1	– Практическая работа №6 «Тема 6. Технологии создания печатной рекламы» – Самостоятельная работа № 6 «Тема 6. Технологии создания печатной рекламы»
		ПК-4.2	
		ПК-4.3	
Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы	ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной	ПК-4.1	– Практическая работа № 7 «Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы» – Самостоятельная работа
		ПК-4.2	
		ПК-4.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна		№ 7 «Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы»

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. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта			
Тема 1. Реклама и коммуникационный медиа продукт	ПК-2. Способен осуществлять концептуальное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	ПК-2.1	– практико-ориентированное задание № 1
		ПК-2.2	
		ПК-2.3	
Тема 2. Проектный процесс в создании эффективной рекламы	ПК-2. Способен осуществлять концептуальное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	ПК-2.1	– практико-ориентированное задание № 1
		ПК-2.2	
		ПК-2.3	
Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве	ПК-2. Способен осуществлять концептуальное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	ПК-2.1	– практико-ориентированное задание № 1
		ПК-2.2	
		ПК-2.3	
Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта			
Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы	ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.1	– практико-ориентированное задание № 2
		ПК-4.2	
		ПК-4.3	
Тема 5. Художественные	ПК-4. Способен разра-	ПК-4.1	– практико-

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
средства создания рекламного продукта	батывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.2	ориентированное задание № 2
		ПК-4.3	
Тема 6. Технологии создания печатной рекламы	ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.1	– практико-ориентированное задание № 3 Вопросы к экзамену 3 семестра № 1-10
		ПК-4.2	
		ПК-4.3	
Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы	ПК-4. Способен разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	ПК-4.1	– практико-ориентированное задание № 4 Вопросы к экзамену 3 семестра № 1-10
		ПК-4.2	
		ПК-4.3	

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-2. Способен осуществлять концептуальное проектирование графических	– понимает методы, концептуальное проектирование графических пользовательских интерфейсов и разрабатывает	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознан-

ческих пользовательских интерфейсов и разрабатывать проектную документацию	<p>вает проектную документацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – применяет методы концептуального проектирования графических пользовательских интерфейсов и разрабатывает проектную документацию; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	ного 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 разрабатывать концептуальное и художественно-техническое решение дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна	<ul style="list-style-type: none"> – понимает принципы разработки концептуального и художественно-технического решения дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна; – применяет опыт разработки концептуального и художественно-технического решения дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации с помощью средств графического дизайна; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности. 	

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.	Входное тестирование, самоанализ, устный опрос и др.
Текущий этап формирования компетенций	Выполнение обучающимися заданий, направленных на формирование компетенций Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	Активная учебная лекция; практические занятия, самостоятельная работа:
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Экзамен: –выполнение практико-ориентированных заданий.

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

Таблица 11

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания

Практическое (практико-ориентированное) задание

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

Таблица 12

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

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Какие методы воздействия на потребителей используются в рекламной деятельности	ПК -2, ПК-4
2.	Назовите универсальные эффекты коммуникации, и определите их характеристики	ПК -2, ПК-4
3.	Какие виды рекламной деятельности привлекают внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке	ПК -2, ПК-4
4.	Приведите примеры каким образом можно использовать стереотипы в рекламе	ПК -2, ПК-4
5.	К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним	ПК -2, ПК-4
6.	Опишите процесс построения коммуникативной стратегии как части маркетинговой программы	ПК -2, ПК-4
7.	Каким образом можно использовать метафоры в проектировании визуальных коммуникаций	ПК -2, ПК-4
8.	Какова роль и функция копирайтера	ПК -2, ПК-4
9.	Назовите виды рекламных обращений	ПК -2, ПК-4
10.	Какое эффективное средство используется преимущественно для рекламы потребительских товаров	ПК -2, ПК-4
11.	Каковы принципы речевого воздействия и как их можно реализовать в тексте рекламного объявления	ПК -2, 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.	Разработать элементы фирменного стиля компании	ПК -2, ПК-4
2.	Разработать систему визуальных коммуникаций для рекламного продукта	ПК -2, ПК-4
3.	Разработать рекламное обращение для печатной рекламы	ПК -2, ПК-4
4.	Разработать кадровую структуру рекламного ролика	ПК -2, 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.

6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы

Курсовая работа по дисциплине учебным планом не предусмотрена

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

Раздел 1. Разработка и особенности производства коммуникационного и медиа продукта

Практическая работа № 1. Тема 1. «Реклама и коммуникационный медиа продукт»

*Цель работы:*изучить основные понятия рекламы в системе коммуникационных медиа продуктов.

*Задание и методика выполнения:*На примере выбранной компании провести маркетинговые исследования ее деятельности. Для выбранной компании разработать концепцию рекламного обращения используя выразительные и художественно изобразительные средства разработать рекламный продукт и обозначить возможности ее продвижения в СМИ

Практическая работа № 2. Тема 2. «Проектный процесс в создании эффективной рекламы»

*Цель работы:*изучить основные этапы проектного процесса в создании рекламы

Задание и методика выполнения: Разработать несколько композиций рекламных плакатов, используя семиотические, художественные, технологические, материаловедческие свойства. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 3. Тема 3. Фирменный стиль организации, как основа коммуникации и продвижения в медиа пространстве

*Цель работы:*изучить каким образом качественно разработанный фирменный стиль организации, влияет на продвижение его в медиа пространстве.

*Задание и методика выполнения:*На примере выбранной компании разработать техническое задание на разработку фирменного стиля и предложить концепцию формирования фирменного стиля с учетом семиотических и психологических особенностей (позиционирование на рынке, знак, шрифт, цвет, корпоративный герой)в СМИ. Формат А2, ручная или компьютерная графика.

Раздел 2. Художественные средства и технологии производства коммуникационного продукта

Практическая работа № 4. Тема 4. Коммуникативные функции эффективной рекламы

*Цель работы:*изучить коммуникативные функции эффективной рекламы

Задание и методика выполнения: На примере выбранной компании разработать полный текст рекламного обращения для продвижения в печатных изданиях. При разработке учесть психологические аспекты восприятия, использующиеся при создании рекламы
Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 5. Тема 5. Художественные средства создания рекламного продукта

*Цель работы:*изучить основные художественные средства создания рекламного продукта

*Задание и методика выполнения:*На примере выбранной компании разработать серию рекламных плакатов для наружной рекламы, учитывая законы создания гармоничной композиции. При формировании образа в плакатах создать эмоциональное настроение средствами дизайна. Формат А3, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 6. Тема 6. Технологии создания печатной рекламы.

*Цель работы:*изучить технологические возможности создания печатной рекламы.

*Задание и методика выполнения:*На примере фирменного стиля компании разработать брендбук. Формат А4, ручная или компьютерная графика.

Практическая работа № 7. Тема 7. Технология производства анимационной, видео и интернет-рекламы

Цель работы: изучить художественные возможности и технологию производства анимационной и интернет рекламы

*Задание и методика выполнения:*На примере фирменного стиля компании разработать анимационный или видео ролик для интернет-рекламы.

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 промежу-

точной 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 зачет и экзамен.

Обучающийся должен:

– своевременно и качественно выполнять практические работы;

– своевременно выполнять самостоятельные задания;

4. Во время промежуточной аттестации используются:

– список теоретических вопросов и база практических заданий, выносимых на зачет и 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 психофизических 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 зачете и экзамене.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы¹

1. Зубарева, С. С. *Философия цифрового дизайна* : учебное пособие / С. С. Зубарева. — Ростов-на-Дону : Донской ГТУ, 2021. — 50 с. — ISBN 978-5-7890-1898-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/237779> (дата обращения: 31.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Густяхина, В. П. *Медиаобразование* : учебное пособие / В. П. Густяхина. — Новокузнецк : КГПИ КемГУ, 2017. — 116 с. — ISBN 978-5-8353-1979-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:

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

<https://e.lanbook.com/book/169575> (дата обращения: 31.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Кульназарова, А. В. Теория и практика медиакоммуникаций : учебно-методическое пособие / А. В. Кульназарова. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 44 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180285> (дата обращения: 31.01.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Современные проблемы телекоммуникаций. 20-21 апреля 2022 г : материалы конференции / RU. — Новосибирск : СибГУТИ, 2022. — 739 с. — ISBN 978-5-91434-069-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/257219> (дата обращения: 31.01.2024). — 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>

Единый портал интернет-тестирования в сфере образования. – Режим доступа:
www.i-exam.ru

«Киберленинка» Научная электронная библиотека.– Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru>

Научная электронная библиотека E-library .– Режим доступа:
<https://elibrary.ru/defaultx.asp>

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

Национальный открытый университет.– Режим доступа :<http://www.intuit.ru/>
Образовательный ресурс по AdobePhotoshop.– 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:
па:<http://inforeg.ru/about/itemlist/category/49-obshhie-svedeniya>

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

ЭБС «Рукопт» — Режим доступа: <http://rucont.ru>

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

Polpred.com. Обзор СМИ. Россия и зарубежье – Режим доступа:
<http://polpred.com/news>

WebofSciense – Режим доступа: <https://webofscience.com>.

Информационные справочные системы:

Гарант,

Консультант+

7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

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.

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: Советник, PR-Диалог, Информационно-аналитическая газета «PR-news», Альманах "Лаборатория рекламы, маркетинга и publicrelations, Рекламные идеи, Служба PR, Медиабизнес, Корпоративная имиджелогия, Рекламные технологии, Бизнес-коммуникации: маркетинг, реклама, PR, Реклама, Индустрия рекламы, Artist, Монитор, DigitalCreativeArts 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)

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 <u>творчества</u> , 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,) 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: MicrosoftWindows, MicrosoftOffice 2007, GoogleChrome, InternetExplorer, Kasperskyendpointsecurity10,AdobeAcrobatReaderDC (Свободное программное обеспечение)

AdobeAcrobatPro 9.0, MozillaFirefox ,Adobe CS4 Design Premium ,3DStudioMax 2011 Eng, CorelDrawX4 , CorelDrawX7

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			

Учебное издание

Автор –составитель
Елена Адольфовна **Ниясова**

РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА КОММУНИКАЦИОННЫХ И МЕДИАПРОДУКТОВ

Рабочая программа дисциплины

по программе магистратуры
профиль «Коммуникативный дизайн в рекламе»
по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
квалификация: магистр

Печатается в авторской редакции

Подписано к печати
Формат 60x84/16
Заказ

Объем 2,4 п. л.
Тираж 100 экз.

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

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф