



ФГОС ВО
(версия 3++)

ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА
Рабочая программа дисциплины

ЧЕЛЯБИНСК
ЧГИК
2023

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

Кафедра дизайна и компьютерных технологий

ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Рабочая программа дисциплины

**по программе бакалавриата
профиль «Художественный дизайн в рекламе»
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
квалификация: бакалавр**

**Челябинск
ЧГИК
2023**

УДК 339.1(073)
ББК 65.291.3я73
П 79

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) «Художественный дизайн в рекламе» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Автор-составитель: Ниясова 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 № 7 от 19.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023 / РСО

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	
2025/26	
2026/27	
2027/28	

П79

Проектирование рекламного продукта : рабочая программа дисциплины: программа бакалавриата «Художественный дизайн в рекламе» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, квалификация: бакалавр, авт.-сост. Е.А. Ниясова ; Челябинский государственный институт культуры. – Челябинск, 2023. – 46 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

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.....	8
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	10
4.1. Структура преподавания дисциплины	10
4.1.1. Матрица компетенций	12
4.2. Содержание дисциплины	12
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	16
5.1. Общие положения	16
5.2. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	17
5.2.1. Содержание самостоятельной работы	17
5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы.....	18
5.2.3. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для самостоятельной работы.....	20
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	20
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе	20
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	32
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	32
6.2.2. Описание шкал оценивания	34
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и (или) экзамене.....	34
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	34
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	35
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и (или) экзамену.....	36
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	37
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы	37
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций	37
6.3.4.1. Планы семинарских занятий	37
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	37
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий	39
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	39
6.3.4.5. Тестовые задания	39

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций	40
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины	41
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы	41
7.2. Информационные ресурсы	41
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы. 41	
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	42
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	42
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	44
Лист изменений в рабочую программу дисциплины	45

3. СОСТАВЛЕНИЕ АННОТАЦИИ

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.О.15 Проектирование рекламного продукта
2	Цель дисциплины	формирование у студентов представления о процессе проектирования в рекламе и связях с общественностью
3	Задачи дисциплины заключаются в:	<ul style="list-style-type: none">– определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;– создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых системознакомление с методикой проектирования графических объектов и систем;– в формировании понятия о методах расчета полиграфических конструкций, их частей и соединений;– в развитии способностей проектирования и освоения средств конструирования как метода издательского проектирования;– в использовании нормативных и справочных материалов в проектировании объектов рекламного продукта;– поиске наиболее рациональных вариантов конструктивно-художественного и объемно-пространственного решения проекта с использованием новых информационных технологий.
4	Планируемые результаты освоения	УК-2; ОПК-1
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 28 в академических часах – 1008
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
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	Знать	теорию, принципы правового регулирования общественных отношений, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	теорию, принципы правового регулирования общественных отношений, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.2	Уметь	применять методы нормативно-организационного и правового регулирования общественных отношений, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	применять методы нормативно-организационного и правового регулирования общественных отношений, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
	УК-2.3	Владеть	навыками отбора оптимальных способов достижения поставленных целей исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	навыками отбора оптимальных способов достижения поставленных целей исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в	ОПК-1.1	Знать	способы создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с	способы создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с

соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем			нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-1.2	Уметь	создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ОПК-1.3	Владеть	Владеть: навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Владеть: навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина входит в обязательную часть учебного плана.

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплиной: «Основы рекламы».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Теория и практика проведения рекламной и PR компании», «Теория и практика продвижения бренда», «Коммуникативный дизайн и медиакультура», «Современные цифровые технологии в создании рекламного дизайна», «Дизайн и рекламные технологии», «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта», прохождении практик: Профессионально-ознакомительная практика, 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 28 зачетных единиц, 1008 часов

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов
	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	1008
– Контактная работа(всего)	136
в том числе:	
лекции	-
семинары	-
практические занятия	80
мелкогрупповые занятия	-
индивидуальные занятия	-
консультация <i>в рамках промежуточной аттестации (КонсПА)</i>	6
иная контактная работа (ИКР) <i>в рамках промежуточной аттестации</i>	10
консультации (конс.)	24
контроль самостоятельной работы (КСР)	16
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	847
– Промежуточная аттестация обучающегося – зачет / экзамен / защита курсовой работы: контроль	25

**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

Заочная форма обучения

Наименование разделов, тем	Общая трудоемкость (всего час.)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в академ. час.)				с/р	Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа					
		лек.	сем. / конс, КСР	практ. / конс, КСР	Конс. Конс ПА КСР		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Основы композиции в дизайне и рекламе.							
Тема 1. Средства и приемы композиции	50			4		46	Просмотр практических работ
Тема 2. Виды композиции	54			6		48	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной работы	4				4		Конс. -2 час. КСР- 2 час.
Итого в 1 сем.	108			10	4	94	-
Раздел 2. Цвет в рекламе							
Тема 3. Основы цветоведения.	44			4		40	Просмотр практических работ
Тема 4. Использование цвета в разработке рекламного продукта	49			6		43	Просмотр практических работ
Консультации Консультации ПА Контроль самостоятельной работы	8				8		Конс. -2 час. Конс ПА-2 час. КСР- 2 час ИКР-2 час.
Экзамен 2 семестр	7						7
Итого в 2 сем.	108			10	8	83	7
Раздел 3. Стилизация							
Тема 5. Графическая стилизация объекта	68			4		64	Просмотр практических работ
Тема 6. Стилизация в объеме	72			6		66	Просмотр практических работ
Консультации ПА Контроль самостоятельной работы	4				4		Конс. -2 час. КСР- 2 час.
Итого в 3 сем.	144			10	4	130	-
Раздел 4. Семиотика в рекламе							
Тема 7. Знаки и знаковые системы	66			4		62	Просмотр практических работ
Тема 8. Разработка зна-	70			6		64	Просмотр прак-

ков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации.							тических работ
Консультации ИКР Контроль самостоятельной работы	6				6		Конс. -2 час. КСР- 2 час ИКР-2 час.
Зачет 4 семестр	2						2
Итого в 4 сем.	144			10	6	126	2
Раздел 5. Проектирование бренда							
Тема9.Нэйминг в рекламе	44			4		40	Просмотр практических работ
Тема 10.Бриф на разработку	47			6		41	Просмотр практических работ
Консультации ИКР Консультации ПА Контроль самостоятельной работы	10				10		Конс. -4 час. Конс ПА-2 час. КСР- 2 час ИКР-2 час.
Экзамен 5 семестр	7						7
Итого в 5 сем.	108			10	10	81	7
Раздел 6. Фирменный стиль							
Тема11.Разработка базовых элементов фирменного стиля	49			4		44	Просмотр практических работ
Тема 12.Носители фирменного стиля.	49			6		44	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной работы ИКР	8				8		Конс. -4 час. Конс ПА-2 час. КСР- 2 час ИКР-2 час.
Зачет 6 семестр	2						2
Итого в 6 сем.	108			10	8	88	2
Раздел 7. Наружная реклама							
Тема 13.Виды наружной рекламы	68			4		64	Просмотр практических работ
Тема 14.Разработка наружной рекламы	70			6		64	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной работы	6				6		Конс. -4 час. КСР- 2 час
Итого в 7 сем.	144			10	6	128	-
Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации							
Тема15.Системный подход в дизайне и рекламе	54			4		50	Просмотр практических работ
Тема 16. Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации	73			6		67	Просмотр практических работ
Консультации Консультации ПА Контроль самостоятельной работы	10				10		Конс. -4 час. Конс ПА-2 час. КСР- 2 час

ной работы ИКР							ИКР-2 час.
<i>Экзамен 8 семестр</i>	7						7
<i>Итого в 8 сем.</i>	144			10	10	117	7
Всего по дисциплине	1008	-	-	80	56	847	25

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	УК-2	ОПК-1
1	2	3
Раздел 1. Основы композиции в дизайне и рекламе		
Тема 1. Средства и приемы композиции		+
Тема 2. Виды композиции		+
Раздел 2. Цвет в рекламе		
Тема 3. Основы цветоведения.		+
Тема 4. Использование цвета в разработке рекламного продукта		+
Раздел 3. Стилизация		
Тема 5. Графическая стилизации объекта		+
Тема 6. Стилизация в объеме		+
Раздел 4. Семиотика в рекламе		
Тема 7. Знаки и знаковые системы	+	+
Тема 8. Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации.	+	+
Зачет 4 семестр		+
Раздел 5. Проектирование бренда		
Тема 9. Нэйминг в рекламе	+	+
Тема 10. Бриф на разработку	+	+
Экзамен 5 семестр	+	+
Раздел 6. Фирменный стиль		
Тема 11. Разработка базовых элементов фирменного стиля		+
Тема 12. Носители фирменного стиля.	+	+
Зачет 6 семестр	+	+
Раздел 7. Наружная реклама		
Тема 13. Виды наружной рекламы		+
Тема 14. Разработка наружной рекламы		+
Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации		
Тема 15. Системный подход в дизайне и рекламе	+	+
Тема 16. Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации	+	+
Экзамен 8 семестр	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы композиции в дизайне и рекламе.

Тема 1. Средства и приемы композиции. Графические средства включают в себя такие компоненты, как точка, линия, пятно и используются для передачи на плоскости той или иной смысловой (текстовой или изобразительной) информации, а так же чисто художественной (декоративной) разработки формы. Основные приемы, используемые при создании композиции: членение, россыпь, контраст и его виды, ритм и метр, Понятие композиционных осей и силовых линий.

Тема 2. Виды композиции. Основные виды композиции: замкнутая и открытая, статичная и динамичная. Симметрия в композиции и ее виды, ассиметрия и ее уравновешенность. Понятие доминанты – смыслового центра, где завязывается основное действие, возникают основные связи. Правило третей как мощное композиционное средство, помогающее сделать изображения более интересными и динамическими.

Раздел 2. Цвет в рекламе.

Тема 3. Основы цветоведения. Физика цвета. Цветовой круг; основные, дополнительные и третичные цвета. Основные цветовые модели. Терминология цвета: цветовой тон, хроматичность, ахроматичность, насыщенность, яркость. Теплые и холодные цвета. Цветовая гармония. Цветовые схемы: монохроматическая, аналоговая, комплементарная, расщепленная комплементарная, троичная, четвертная/двойная комплементарная. Понятие доминирующего цвета.

Тема 4. Использование цвета в разработке рекламного продукта. Коммуникативные функции цвета. Эмоционально-пространственные свойства основных цветов. Язык цвета может иметь следующие значения: коммуникативное, определяющее связь между отдельными предметами, элементами целого, явлениями, событиями, действиями; символическое, указывающее на явление, предмет и их сущность; выразительное (экспрессивное), передающее определенное чувство и вызывающее определенные эмоции. Часто все три значения воспринимаются одновременно, поэтому можно говорить о триединстве языка цвета. Три типа образования цветовой символики. Первый тип — прямое сопоставление, например, огонь во всех системах обозначался красным. Второй тип — символика, основанная на ассоциациях, обусловленных психофизиологическим воздействием цвета, например, черный цвет как символ отчаяния или греха. Третий тип — символическое значение цвета, не связанное напрямую со зрительными впечатлениями или цветовыми ассоциациями, возникшее под воздействием случая, народных обычаев, религиозных или философских представлений. Особенности использования цвета в рекламной продукции.

Раздел 3. Стилизация

Тема 5. Графическая стилизация объекта. Стилизация, как метод создания графических изображений. Этапы стилизации объекта. Виды стилизованных изображений и их использование в дизайне и рекламе.

Тема 6. Стилизация в объеме. Использование стилизации при создании объемных объектов и их практическое применение в дизайне и рекламе.

Раздел 4. Семиотика в рекламе

Тема 7. Знаки и знаковые системы Наука семиотика. Визуальный язык знаков. Виды знаков и знаковых систем как средства визуальной коммуникации. Структура общей системы коммуникаций: вербальная коммуникация (передаётся и принимается через устную речь и письмо); визуальные коммуникации (передаётся и принимается посредством произведения предметов, графики и действий); тактильные коммуникации (передаётся и принимается через контакты с предметами или динамическое воздействие).

Тема 8. Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации. Цель разработки товарного знака состоит в том, чтобы дать потребителям возможность индивидуализировать товары (или услуги) какого-либо производителя и отличать их от идентичных или однородных товаров, предлагаемых конкурентами. Типы логотипов: текстовые логотипы, аббревиатуры, слова-логотипы (торговые марки), графические логотипы, знаки и символы, логотипы – персонажи, комбинированные логотипы, текстово-графические, эмблемы. Регистрация товарного знака. Система классификации товарных знаков. Виды товарных знаков: товарные знаки, знаки обслуживания, коллективные знаки, сертификационные знаки, общеизвестные знаки. Особенности разработки фирменного знака и его использование на различных носителях. Место фирменного знака в общей системе бренда.

Раздел 5. Проектирование бренда

Тема 9. Нэйминг в рекламе. Процесс разработки названия для компании или продукта, для дальнейшего использования в рекламной продукции. Понятие нейминга и его место в рекламе. Необходимость четкого понимания цели при создании нового продукта: преимущества и уникальность по сравнению со смежными товарами на рынке. Исходя из целей и маркетинговых исследований, разработка позиционирования нового продукта и только после этого можно приступить к неймингу. Методы генерации названий (аллюзия, аналогия, заимствование из иностранных языков, метонимия, перенесение, соединение) и их этапность.

Тема 10. Бриф на разработку фирменного стиля. Понятие фирменного стиля и его место в общей структуре бренда. Фирменный стиль – набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов – констант, обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров, услуг и всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления. Единство оформления элементов фирменного стиля может быть достигнуто использованием одинаковых графических приёмов, цвета, форм, пропорций и других средств и их сочетаний. Важность формирования брифа (технического задания) на разработку фирменного стиля.

Раздел 6. Фирменный стиль

Тема 11. Разработка базовых элементов фирменного стиля. Система фирменного стиля включает в себя следующие основные элементы: товарный знак; фирменная шрифтовая надпись – «логотип»; фирменный блок; фирменный лозунг (слоган); фирменные цвета и их сочетания; фирменный комплект шрифтов, растров и фактур; композиционные решения, графические сетки; корпоративный герой; постоянный коммуникант (лицо фирмы); фирменная одежда; другие фирменные константы.

Тема 12. Носители фирменного стиля. Состав и носители фирменного стиля.

Брендинг веб-пространства, рекламной полиграфии, транспорта и других носителей. Значение единой стилистики в дизайне бренда.

Раздел 7. Наружная реклама

Тема 13. Виды наружной рекламы. Наружная реклама: история и современность. Место наружной рекламы в продвижении и рекламе бренда. Виды наружной рекламы и особенности их восприятия.

Тема 14. Разработка наружной рекламы. Особенности разработки дизайна различных видов наружной рекламы. Материалы, используемые при изготовлении наружной рекламы. Коммуникативные функции цвета. Эмоционально-пространственные свойства основных цветов.

Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации

Тема 15. Системный подход в дизайне и рекламе. Современные методы проектирования в дизайне. Важность системного подхода при разработке рекламы и визуальной коммуникации. Формулирование проектных проблем. Формулирование проектных задач. Формулирование проектных требований. Задачи концептуального проектирования - развитие дизайна как интегральной инновационной деятельности, обеспечивающей повышение конкурентоспособности экономики и рост качества жизни населения. Повышение эффективности использования дизайна как фактора роста конкурентоспособности продукции и услуг предприятий различных секторов экономики. Содействие развитию предприятий сектора дизайна, с учетом роста вклада услуг по маркетингу и дизайну. Проектно-аналитические действия: исследование, анализ, осмысление проектных задач, выработка концепции, подбор материалов и оборудования и т.д.

Тема 16. Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации. Система визуальных коммуникаций. Визуально-графический процессуальный тип визуальных коммуникаций. Пиктограмма (от лат. *pictus* — рисовать и греч. *γράφω* — за-пись) – знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предметов, явлений, на которые он указывает, чаще всего в схематическом виде. Индекс (лат. *index* — список, реестр, указатель) — комбинация символов, указывающая место элемента в совокупности или характеризующая состояние последовательной системы. Типичными индексами, которые постоянно используются в повседневной практике, являются: числа, буквы, нотные знаки, математические символы и другие комбинации символов, связанные в последовательную систему. Символ (лат. *Symbol* – Символ есть предметный или словесный знак, условно выражающий сущность явления с определенной точки зрения, которая и определяет качественный характер символа. Символ есть характеристика художественного образа с точки зрения его осмысленности, выражения им некой художественной идеи. Смысл символа неотделим от его образной структуры и отличается многозначностью своего содержания. Системы в визуальных коммуникациях следует понимать логические схемы процесса проектирования или системы организации проектирования визуальных коммуникаций: линейная система, параллельная система, замкнутая система, комбинированная система. Семантика проектов в графическом дизайне. Символические принципы в разработке логотипов. Использование символов в разработке логотипов. Использование метафор в разработке логотипов.

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 – приступить 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. Основы композиции в дизайне и рекламе		
Тема 1. Средства композиции	Самостоятельная работа №1	Проверка самостоятельных заданий
Тема 2. Виды композиции	Самостоятельная работа №2	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 2. Цвет в рекламе		
Тема 3. Основы цветоведения.	Самостоятельная работа №3	Проверка самостоятельных заданий
Тема 4. Использование цвета в разработке рекламного продукта	Самостоятельная работа №4	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 3. Стилизация		
Тема 5. Графическая стилизации объекта	Самостоятельная работа №5	Проверка самостоятельных заданий
Тема 6. Стилизация в объеме	Самостоятельная работа №6	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 4. Семиотика в рекламе		
Тема 7. Знаки и знаковые системы	Самостоятельная работа №7	Проверка самостоятельных заданий
Тема 8. Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации.	Самостоятельная работа №8	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 5. Проектирование бренда		
Тема 9. Нэйминг в рекламе	Самостоятельная работа №9	Проверка самостоятельных заданий
Тема 10. Бриф на разработку	Самостоятельная работа №10	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 6. Фирменный стиль		
Тема 11. Разработка базовых элементов фирменного стиля	Самостоятельная работа №11	Проверка самостоятельных заданий
Тема 12. Носители фирменного стиля.	Самостоятельная работа №12	Проверка самостоятельных заданий

Раздел 7. Наружная реклама		
Тема 13. Виды наружной рекламы	Самостоятельная работа №13	Проверка самостоятельных заданий
Тема 14. Разработка наружной рекламы	Самостоятельная работа №14	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации		
Тема 15. Системный подход в дизайне и рекламе	Самостоятельная работа №15	Проверка самостоятельных заданий
Тема 16. Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации	Самостоятельная работа №16	Проверка самостоятельных заданий

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Раздел 1. Основы композиции в дизайне и рекламе.

Самостоятельная работа № 1. Тема «Средства композиции»

Цель работы: изучить различные средства композиции и их художественные возможности

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме виды композиции и подготовить эскизы для работы на практическом занятии

Самостоятельная работа № 2. Тема «Виды композиции»

Цель работы: изучить основные виды композиции и их художественные и психологические возможности

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме виды композиции и подготовить эскизы для работы на практическом занятии

Раздел 2. Цвет в рекламе.

Самостоятельная работа № 3. Тема «Основы цветоведения»

Цель работы: изучить основные понятия в цветоведении.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме основы цветоведения и подготовить эскизы для работы на практическом занятии

Самостоятельная работа № 4. Тема «Использование цвета в разработке рекламного продукта»

Цель работы: изучить коммуникативные свойства цвета

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме, свойства коммуникативных свойств цвета в системе знаков подготовить эскизы для работы на практическом занятии

Раздел 3. Стилизация

Самостоятельная работа № 5. Тема «Графическая стилизации объекта»

Цель работы: изучить художественные возможности и этапы графической стилизации объекта

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме графическая стилизация объекта и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 6. Тема «Стилизация в объеме»

Цель работы: изучить художественные возможности стилизации объекта в объеме.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме стилизация в объеме и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Раздел 4. Семиотика в рекламе

Самостоятельная работа № 7. Тема «Знаки и знаковые системы»

Цель работы: изучить знаки и знаковые системы (иконки, пиктограммы)

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме подготовить устное сообщение на тему знаки и знаковые системы (иконки, пиктограммы) подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 8. Тема «Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации.»

Цель работы: изучить методы разработки знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме, разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Раздел 5. Проектирование бренда

Самостоятельная работа № 9. Тема «Нэйминг в рекламе»

Цель работы: изучить понятие и специфику нейминга и его коммуникативное значение

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме нейминг в рекламе и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 10. Тема «Бриф на разработку фирменного стиля»

Цель работы: изучить способы формирования брифа на разработку фирменного стиля

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме бриф на разработку фирменного стиля и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Раздел 6. Фирменный стиль

Самостоятельная работа № 11. Тема «Разработка базовых элементов фирменного стиля»

Цель работы: изучить базовые элементы фирменного стиля и их особенности

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме базовые элементы фирменного стиля и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 12. Тема «Носители фирменного стиля»

Цель работы: изучить виды носителей фирменного стиля и их особенности

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме носители фирменного стиля и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Раздел 7. Наружная реклама

Самостоятельная работа № 13. Тема «Виды наружной рекламы»

Цель работы: изучить виды наружной рекламы

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме виды наружной рекламы и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 14. Тема «Разработка наружной рекламы»

Цель работы: изучить принципы разработки наружной рекламы

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме разработка наружной рекламы и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации

Самостоятельная работа № 15. Тема «Системный подход в дизайне и рекламе»

Цель работы: изучить принципы системного подхода к проектированию в дизайне и рекламе

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме системный подход в дизайне и рекламе и подготовить эскизы для работы на практическом занятии.

Самостоятельная работа № 16. Тема «Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации»

Цель работы: изучить методы разработки элементов визуальной коммуникации

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме, разработка элементов визуальной коммуникации 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 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. Основы композиции в дизайне и рекламе			
Тема 1. Средства и приемы композиции	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа № 1 «Средства и приемы композиции» – Самостоятельная работа № 1 «Средства и приемы композиции».
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Тема 2. Виды композиции	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа № 2 «Виды композиции» – Самостоятельная работа № 2 «Виды композиции»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Раздел 2. Цвет в рекламе			
Тема 3. Основы цветоведения.	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа № 3 «Основы цветоведения» – Самостоятельная работа № 3 Тема «Основы цветоведения».
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Тема 4. Использование цвета в разработке рекламного продукта	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа № 4 «Использование цвета в разработке рекламного продукта» – Самостоятельная работа № 4 «Использование цвета в разработке рекламного продукта»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
Раздел 3. Стилизация			
Тема 5. Графическая стилизации объекта	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №5 «Графическая стилизации объекта» – Самостоятельная работа № 5 «Графическая стилизации объекта»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Тема 6. Стилизация в объеме	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №6 «Стилизация в объеме» – Самостоятельная работа № 6 «Стилизация в объеме»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Раздел 4. Семиотика в рекламе			
Тема 7. Знаки и знаковые системы	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №7 «Знаки и знаковые системы» – Самостоятельная работа № 7 «Знаки и знаковые системы»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	
Тема 8. Разработка знаков: товарный знак,	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией	ОПК-1.1	– Практическая работа №8 «Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной ком-
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
логотип, знаки визуальной коммуникации.	медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		муникации.» – Самостоятельная работа №8 «Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации.»
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	
Раздел 5. Проектирование бренда			
Тема 9. Нэйминг в рекламе	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №9 «Нэйминг в рекламе» – Самостоятельная работа № 9 «Нэйминг в рекламе»
		ОПК-1.2 ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	
Тема 10. Бриф на разработку	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №10 «Бриф на разработку» – Самостоятельная работа № 10 «Бриф на разработку»
		ОПК-1.2 ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	
Раздел 6. Фирменный стиль			
Тема 11. Разработка базовых элементов фирменного стиля	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №11 «Разработка базовых элементов фирменного стиля» – Самостоятельная работа № 11 «Разработка базовых элементов фирменного стиля»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	
Тема 12. Носители фирменного стиля.	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №12 «Носители фирменного стиля» – Самостоятельная работа № 12 «Носители фирменного стиля»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
Раздел 7. Наружная реклама			
Тема 13. Виды наружной рекламы	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №13 «Виды наружной рекламы» – Самостоятельная работа № 13 «Виды наружной рекламы»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	
Тема 14. Разработка наружной рекламы	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №14 «Разработка наружной рекламы» – Самостоятельная работа № 14 «Разработка наружной рекламы»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2	
		УК-2.3	
		УК-2.1	
Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации			
Тема 15. Системный подход в дизайне и рекламе	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с	ОПК-1.1	– Практическая работа №15 «Системный подход в дизайне и рекламе» – Самостоятельная работа № 15 «Системный подход в дизайне и рекламе»
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	
Тема 16. Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– Практическая работа №16 «Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации» – Самостоятельная работа № 16 «Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации»
		ОПК-1.2	
ОПК-1.3			
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1		
	УК-2.2		
	УК-2.3		

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. Основы композиции в дизайне и рекламе			
Тема 1. Средства и приемы композиции	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и ино-	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 1
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	странного языков, особенностями иных знаковых систем		
Тема 2. Виды композиции	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 2
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Раздел 2. Цвет в рекламе			
Тема 3. Основы цветоведения.	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 3
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Тема 4. Использование цвета в разработке рекламного продукта	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 4
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Раздел 3. Стилизация			
Тема 5. Графическая стилизация объекта	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 5
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
Тема 6. Стилизация в объеме	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	– практико-ориентированное задание № 6
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
Раздел 4. Семиотика в рекламе			
Тема 7. Знаки и знаковые системы	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 7
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	
Тема 8. Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации.	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 8
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		
Раздел 5. Проектирование бренда			
Тема 9. Нэй-минг в рекламе	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 9
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	
Тема 10. Бриф на разработку	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 10
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	
Раздел 6. Firmenный стиль			
Тема 11. Разработка базовых элементов фир-	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 11
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
менного стиля	<p>медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>УК-2.1</p> <p>УК-2.2</p> <p>УК-2.3</p>	
Тема 12. Носители фирменного стиля.	<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ОПК-1.1</p> <p>ОПК-1.2</p> <p>ОПК-1.3</p> <p>УК-2.1</p> <p>УК-2.2</p> <p>УК-2.3</p>	практико-ориентированное задание № 12
Раздел 7. Наружная реклама			
Тема 13. Виды наружной рекламы	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>ОПК-1.1</p> <p>ОПК-1.2</p> <p>ОПК-1.3</p>	практико-ориентированное задание № 13

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	
Тема 14. Разработка наружной рекламы	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	практико-ориентированное задание № 14
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2 УК-2.3 УК-2.1	
Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации			
Тема 15. Системный подход в дизайне и рекламе	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	практико-ориентированное задание № 15
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
Тема 16. Концептуальная разработка элементов визуальной коммуникации	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	практико-ориентированное задание № 16
		ОПК-1.2	
		ОПК-1.3	
	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений	УК-2.1	
		УК-2.2	
		УК-2.3	

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
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений	<ul style="list-style-type: none"> – понимает теорию, принципы правового регулирования общественных отношений, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений; – применяет методы нормативно-организационного и правового регулирования общественных отношений, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; – способен использовать знания, умения, владения в про- 	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.

	фессиональной деятельности.	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<ul style="list-style-type: none"> – понимает способы создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; – применяет востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; – 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.	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.	Зачет, экзамен: – выполнение практико-ориентированных заданий. Защита курсовой работы: – качество изложения материала; – наличие собственных обобщений и выводов, рекомендаций, понимания проблем и перспектив изучения темы; – корректное использование опубликованных источников и электронных ресурсов; – уровень оформления рабо-

		ты, соответствующий требованиям методических указаний.
--	--	--

6.2.2. Описание шкал оценивания

Таблица 10

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и экзамене

Оценка по номинальной шкале	Описание уровней результатов обучения
Отлично / Зачтено	<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 / Зачтено	<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 / Зачтено	<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 / Не зачтено	<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.

Деловые игры / тренинги

Оценка по номинальной шкале	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	Даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены практические задачи; при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Хорошо	Даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.
Удовлетворительно	Даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач обучающийся использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчетов и экспресс-оценки показателей эффективности управления организацией, однако на уточняющие вопросы даны правильные ответы; при ответах не выделялось главное; ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Неудовлетворительно	Не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно».

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 зачету**

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1	Дисциплина имеет практико-ориентированный характер, и теоретические вопросы задаются в рамках оценки практических заданий	ОПК-1, УК-2

к экзамену

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1	Дисциплина имеет практико-ориентированный характер, и теоретические вопросы задаются в рамках оценки практических заданий	ОПК-1, УК-2

Таблица 13

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

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Разработать несколько композиций в черно-белой графике, используя различные средства и приемы построения композиции	ОПК-1
2.	Разработать несколько композиций в черно-белой графике, используя различные виды композиций	ОПК-1
3.	На базе цветового круга разработать несколько цветных композиций, используя различные средства и приемы построения композиции	ОПК-1
4.	Выполнить дизайн нескольких вариантов рекламного продукта с использованием различных цветовых схем	ОПК-1
5.	Выполнить поэтапную стилизацию объекта используя только черно-белую графику	ОПК-1
6.	На базе графической стилизации разработать варианты объемного решения	ОПК-1
7.	Разработать эскизы нескольких видов знака для одного объекта используя только черно-белую графику.	ОПК-1, УК-2
8.	На базе эскизов разработать товарный знак (логотип) и варианты его использования (ч/б, цвет, паттерн, объем)	ОПК-1, УК-2
9.	Разработать несколько вариантов визуального нейминга и слоганов компании.	ОПК-1, УК-2
10.	Составить подробный бриф на разработку фирменного стиля и бренда компании	ОПК-1, УК-2
11.	Разработать дизайн базовых элементов фирменного стиля компании	ОПК-1
12.	Разработать дизайн носителей фирменного стиля компании.	ОПК-1, УК-2
13.	Разработать концептуальное предложение по наружной рекламе компании	ОПК-1, УК-2

14.	Выполнить дизайн нескольких элементов наружной рекламы для компании	ОПК-1, УК-2
15.	Выработать общую систему коммуникации компании	ОПК-1, УК-2
16.	Выполнить концептуальную разработку элементов визуальной коммуникации компании	ОПК-1, УК-2

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

Методические указания: Проектирование рекламного продукта: метод. указания по подготовке и защите курсовой работы: программа бакалавриата «Художественный дизайн в рекламе» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, квалификация: бакалавр/ авт.-сост. Ж. Ю. Чернева ; Челяб. гос. ин-т. культуры. – Челябинск, 2019. – X с. – (ФГОС ВО версия 3++).

6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций

6.3.4.1. Планы семинарских занятий

Семинар № 1. Тема «»

Семинарские занятия по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

6.3.4.2. Задания для практических занятий

Раздел 1. Основы композиции в дизайне и рекламе.

Практическая работа № 1. Тема «Средства композиции»

Цель работы: изучить различные средства композиции и их художественные возможности

Задание и методика выполнения: Разработать несколько композиций в черно-белой графике, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 2. Тема «Виды композиции»

Цель работы: изучить основные виды композиции и их художественные и психологические возможности

Задание и методика выполнения: Разработать несколько композиций в черно-белой графике, используя различные виды композиций. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Раздел 2. Цвет в рекламе.

Практическая работа № 3. Тема «Основы цветоведения»

Цель работы: изучить основные понятия в цветоведении.

Задание и методика выполнения: На базе цветового круга разработать несколько цвет-

ных композиций, используя различные средства и приемы построения композиции.
Формат А4, ручная или компьютерная графика.

Практическая работа № 4. Тема «Использование цвета в разработке рекламного продукта»

Цель работы: изучить коммуникативные свойства цвета

Задание и методика выполнения: Выполнить дизайн нескольких вариантов рекламного продукта с использованием различных цветовых схем. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Раздел 3. Стилизация

Практическая работа № 5. Тема «Графическая стилизация объекта»

Цель работы: изучить художественные возможности и этапы графической стилизации объекта

Задание и методика выполнения: Выполнить поэтапную стилизацию объекта используя только черно-белую графику. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 6. Тема «Стилизация в объеме»

Цель работы: изучить художественные возможности стилизации объекта в объеме.

Задание и методика выполнения: На базе графической стилизации разработать варианты объемного решения. Бумага, Формат А4, А3

Раздел 4. Семиотика в рекламе

Практическая работа № 7. Тема «Знаки и знаковые системы»

Цель работы: изучить знаки и знаковые системы (иконки, пиктограммы)

Задание и методика выполнения: Разработать эскизы нескольких видов знака для одного объекта используя только черно-белую графику. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 8. Тема «Разработка знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации.»

Цель работы: изучить методы разработки знаков: товарный знак, логотип, знаки визуальной коммуникации

Задание и методика выполнения: На базе эскизов разработать товарный знак (логотип) и варианты его использования (ч/б, цвет, паттерн, объем). Формат А3, компьютерная графика

Раздел 5. Проектирование бренда

Практическая работа № 9. Тема «Нэйминг в рекламе»

Цель работы: изучить понятие и специфику нейминга и его коммуникативное значение

Задание и методика выполнения: Разработать несколько вариантов визуального нейминга и слоганов компании. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 10. Тема «Бриф на разработку фирменного стиля»

Цель работы: изучить способы формирования брифа на разработку фирменного стиля
Задание и методика выполнения: Составить подробный бриф на разработку фирменного

го стиля и бренда компании. Формат А4, компьютерная графика

Раздел 6. Firmenный стиль

Практическая работа № 11. Тема «Разработка базовых элементов фирменного стиля»

Цель работы: изучить базовые элементы фирменного стиля и их особенности
Задание и методика выполнения: Разработать дизайн базовых элементов фирменного
стиля компании. Формат А4, компьютерная графика

Практическая работа № 12. Тема «Носители фирменного стиля»

Цель работы: изучить виды носителей фирменного стиля и их особенности
Задание и методика выполнения: Разработать дизайн носителей фирменного стиля
компании. Формат А4, компьютерная графика

Раздел 7. Наружная реклама

Практическая работа № 13. Тема «Виды наружной рекламы»

Цель работы: изучить виды наружной рекламы
Задание и методика выполнения: Разработать концептуальное предложение по наруж-
ной рекламе компании. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 14. Тема «Разработка наружной рекламы»

Цель работы: изучить принципы разработки наружной рекламы
Задание и методика выполнения: Выполнить дизайн нескольких элементов наружной
ре-кламы для компании. Формат А4, компьютерная графика.

Раздел 8. Проектирование визуальной коммуникации

Практическая работа № 15. Тема «Системный подход в дизайне и рекламе»

Цель работы: изучить принципы системного подхода к проектированию в дизайне и
рекламе
Задание и методика выполнения: Выработать общую систему коммуникации компа-
нии. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 16. Тема «Концептуальная разработка элементов визуальной
коммуникации»

Цель работы: изучить методы разработки элементов визуальной коммуникации
Задание и методика выполнения: Выполнить концептуальную разработку элементов
визуальной коммуникации компании. Формат А4, компьютерная графика

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 «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (утв. приказом Министерства образования и науки РФ № 301 от 05.04.2017) и локальными актами (положениями) образовательной организации «Об организации учебной работы» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 25.09.2017), «О порядке проведения промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. 24.09.2018).

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 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. Баранова, С. А. Основы брендинга : учебное пособие / С. А. Баранова. — Сочи : СГУ, 2018. — 98 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/147813> (дата обращения: 17.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Жесткова, Н. А. Бренд-коммуникации : учебное пособие / Н. А. Жесткова. — Самара : ПГУТИ, 2021. — 96 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/301232> (дата обращения: 17.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Костина, Н. Г. Фирменный стиль и дизайн : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 97 с. — ISBN 978-5-89289-847-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93556> (дата обращения: 17.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Москалев, С. М. Реклама и связи с общественностью в профессиональной деятельности : учебное пособие / С. М. Москалев, Я. И. Семилетова, Т. Г. Виноградова. — 2-е изд., доп. — Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2021. — 150 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/258572> (дата обращения: 17.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Омеляненко, Е. В. Цветоведение и колористика : учебное пособие / Е. В. Омеляненко. — 5-е изд., испр. и доп. — Санкт-Петербург : Планета музыки, 2022. — 112 с. — ISBN 978-5-507-44479-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/247661> (дата обращения: 17.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
6. Семиглазов, В. А. Теоретическая инноватика : учебное пособие / В. А. Семиглазов. — Москва : ТУСУР, 2022. — 141 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/313808> (дата обращения: 17.07.2023). — 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>

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

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://infoereg.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

<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 жур-

налах: Render, 3D Artist, Монитор, DigitalCreativeArts(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)
Деловая и(или) ролевая игра	Коллективнопрактическое занятие, позволяющее обучающимся совместно находить оптимальные варианты решений в искусственно созданных условиях, максимально имитирующих реальную обстановку (например, имитация принятия решений руководящими работниками или специалистами в различных производственных вопросах, осуществляемых при наличии конфликтных ситуаций или информационной неопределённости). Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Текущий (в рамках практического занятия или семинара)
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)

Курсовая работа	Вид самостоятельной письменной работы, направленный на выявление степени освоения базовых проблем дисциплины (модулей) и выработку соответствующих компетенций.	Промежуточный
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 большой 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: Microsoft Windows, Microsoft Office 2007, Google Chrome, Internet Explorer, Kaspersky endpoint security 10, Adobe Acrobat Reader DC (Свободное программное обеспечение)

Adobe Acrobat Pro 9.0, Mozilla Firefox, Adobe CS4 Design Premium, 3D Studio Max 2011 Eng, Corel Draw X4, Corel Draw X7

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 **Нисова**

ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Рабочая программа дисциплины

**по программе бакалавриата
профиль «Художественный дизайн в рекламе»
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
квалификация: бакалавр**

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