



ФГОС ВО
(версия 3++)

**РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА
КОММУНИКАТИВНОГО 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

РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА КОММУНИКАТИВНОГО 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
Р17

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО (версия 3++) 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 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	

Р17 Разработка и технологии производства коммуникативного 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. – 39с. – (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	9
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	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	21
6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе	21
6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	27
6.2.1. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	27
6.2.2. Описание шкал оценивания	29
6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете и (или) экзамене.....	29
6.2.2.2. Описание шкалы оценивания.....	30
6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	30
6.3.1. Материалы для подготовки к зачету и (или) экзамену.....	30
6.3.2. Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.....	31
6.3.3. Методические указания по выполнению курсовой работы	31
6.3.4. Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций	32
6.3.4.1. Планы семинарских занятий	32
6.3.4.2. Задания для практических занятий.....	32
6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий	34
6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).....	34
6.3.4.5. Тестовые задания	34

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций	34
7. Перечень печатных и электронных образовательных и информационных ресурсов необходимых для освоения дисциплины	35
7.1. Печатные и (или) электронные образовательные ресурсы	35
7.2. Информационные ресурсы	36
7.2.1. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы. 36	
7.2.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	36
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	36
9. Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине	38
Лист изменений в рабочую программу дисциплины	40

3. СОСТАВЛЕНИЕ АННОТАЦИИ

Аннотация

1	Индекс и название дисциплины по учебному плану	Б1.В.05.Разработка и технологии производства коммуникативного продукта
2	Цель дисциплины	формировании комплекса теоретических знаний и практических навыков для систематизации основных методов при разработке, коммуникативного продукта, сформировать целостное представление о процессе создания айдентики и фирменного стиля бренда, средств визуальной коммуникации, разработки дизайна интерфейсов.
3	Задачи дисциплины заключаются в:	–изучение основных свойств коммуникативного продукта, стратегии его развития и технологии производства; –развитии способности определять основные особенности целевой аудитории, и подбора методов, приемов и технологий создания рекламного сообщения; –формировании понимания процесса разработки фирменного стиля бренда, дизайна интерфейсов, процесса разработки упаковки и дизайна наружной рекламы; –формировании методики проектирования, объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; – развитии способности разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.
4	Планируемые результаты освоения	ПК-1; ПК-3
5	Общая трудоемкость дисциплины составляет	в зачетных единицах – 24 в академических часах – 864
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-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	Знать	– проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	– проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
	ПК-1.2	Уметь	– проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	– проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

	ПК-1.3	Владеть	<ul style="list-style-type: none"> – проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации 	<ul style="list-style-type: none"> – проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей соци-	ПК-3.1	Знать	<ul style="list-style-type: none"> – выбирает принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – различает информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> – выбирает принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – различает информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг.
	ПК-3.2	Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – создавать информационный контент на 	<ul style="list-style-type: none"> – использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – создавать информационный контент на

альных услуг			основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг
	ПК-3.3	Владеть	–имеет опыт осуществлять принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – производит информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг ..	–имеет опыт осуществлять принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – производит информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг ..

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

Дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с дисциплиной: «Основы рекламы», «Проектирование рекламного продукта», «Теория и практика продвижения бренда», «Современные цифровые технологии в создании рекламного дизайна».

Освоение дисциплины будет необходимо при изучении дисциплин: «Теория и практика проведения рекламной и PR компании», «Коммуникативный дизайн и медиакультура», «Дизайн и рекламные технологии», 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 24 зачетных единиц, 864 часов

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов
	Заочная форма
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	864
– Контактная работа(всего)	118
в том числе:	
лекции	-
семинары	-
практические занятия	72
мелкогрупповые занятия	-
индивидуальные занятия	-
консультация в рамках промежуточной аттестации (КонсПА)	4
иная контактная работа (ИКР) в рамках промежуточной аттестации	6
консультации (конс.)	24
контроль самостоятельной работы (КСР)	12
– Самостоятельная работа обучающихся (всего)	730
– Промежуточная аттестация обучающегося – зачет / экзамен: контроль	16

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.)					Форма промежуточной аттестации (по семестрам) в т. ч. с контактной работой
		Контактная работа				с/р	
		лек.	сем.	практ.	Конс. Конс ПА КСР ИКР		
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. Рекламный плакат							
Тема 1. Виды плакатов	68			6		62	Просмотр практических работ
Тема 2. Разработка креативного плаката	70			6		64	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной	6				6		Конс. -4 час. КСР- 2 час.

ной работы							
Итого в 3 сем.	144			12	6	126	-
Раздел 2. Рекламная упаковка							
Тема 3. Виды упаковки	68			6		62	Просмотр практических работ
Тема 4.Реклама упаковки	70			6		64	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной работы	6				6		Конс. -4 час. КСР- 2 час.
Итого в 4 сем.	144			12	6	126	-
Раздел 3. Модульные системы в дизайне и рекламе							
Тема5.Понятие модульной сетки	54			4		50	Просмотр практических работ
Тема 6.Использование модульной сетки в рекламных продуктах	73			8		65	Просмотр практических работ
Консультации Консультации ПА Контроль самостоятельной работы ИКР	10				10		Конс. -4 час. Конс ПА-2 час. КСР- 2 час ИКР-2 час.
Экзамен 5 семестр	7						7
Итого в 5 сем.	144			12	10	115	7
Раздел 4. Рекламная полиграфия							
Тема7. Виды полиграфической продукции	68			6		62	Просмотр практических работ
Тема 8.Разработка рекламного календаря	70			6		64	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной работы	6				6		Конс. -4 час. КСР- 2 час.
Итого в 6 сем.	144			12	6	126	-
Раздел 5. Рекламные издания							
Тема9.Понятие и принципы верстки	66			6		60	Просмотр практических работ
Тема 10.Разработка рекламного издания	68			6		62	Просмотр практических работ
Консультации Контроль самостоятельной работы ИКР	8				8		Конс. -4 час. КСР- 2 час ИКР-2 час.
Зачет 7 семестр	2						2
Итого в 7 сем.	144			12	8	122	2
Раздел 6. Коммуникативный продукт в рекламе							
Тема11.Виды коммуникативных продуктов в рекламе	56			6		50	Просмотр практических работ
Тема 12.Разработка коммуникативного продукта	71			6		65	Просмотр практических работ
Консультации Консультации ПА	10				10		Конс. -4 час. Конс ПА-2 час.

Контроль самостоятельной работы ИКР							КСР- 2 час ИКР-2 час.
<i>Экзамен 8 семестр</i>	7						7
<i>Итого в 8 сем.</i>	144			12	10	115	7
Всего по дисциплине	864			72	46	730	16

Таблица 4

4.1.1. Матрица компетенций

Наименование разделов, тем	ПК-1	ПК-3
1	2	3
Раздел 1. Рекламный плакат		
Тема 1. <i>Виды плакатов</i>	+	
Тема 2. Разработка креативного плаката	+	
Раздел 2. Рекламная упаковка		
Тема 3. Виды упаковки	+	
Тема 4. Реклама упаковки	+	
Раздел 3. Модульные системы в дизайне и рекламе		
Тема 5. Понятие модульной сетки	+	
Тема 6. Использование модульной сетки в рекламных продуктах	+	
<i>Экзамен в 5 сем.</i>	+	
Раздел 4. Рекламная полиграфия		
Тема 7. Виды полиграфической продукции		+
Тема 8. Разработка рекламного календаря		+
Раздел 5. Рекламные издания		
Тема 9. Понятие и принципы верстки		+
Тема 10. Разработка рекламного издания		+
<i>Зачет в 7 сем.</i>		+
Раздел 6. Коммуникативный продукт в рекламе		
Тема 11. Виды коммуникативных продуктов в рекламе		+
Тема 12. Разработка коммуникативного продукта		+
<i>Экзамен в 8 сем.</i>		+
<i>Итого</i>	+	+

4.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Рекламный плакат

Тема 1. Виды плакатов. Типология плакатов. Виды плаката по назначению: рекламный, политический, социально-ориентированный, культурно-зрелищный, учебно-познавательный, информационный. Рекламный плакат. Размещение рекламных плакатов в городской среде. Особенности восприятия плаката. Плакат как особая форма

коммуникации. Базовые компоненты плаката. Художественные и композиционные средства в плакате.

Тема 2. Разработка креативного плаката. Методика дизайн-проектирования плаката. Предпроектный и проектный анализ. Составление брифа: предприятием, позиционированием продукта, потребителем, установками, целями и задачами, художественно-эстетическими категориями. Подбор композиционного решения на основе модульного, геометрического построения, уточнение композиционно-пластических решений и т.д. Особенности подготовки к печати

Раздел 2. Рекламная упаковка

Тема 3. Виды упаковки. Типология упаковки. Классические виды упаковок. Роль упаковки в системе товародвижения. Функции упаковки: защитная, логистическая, маркетинговая, информационная. Тип упаковки - классификационная единица, определяющая упаковку по материалу и конструкции. Транспортная упаковка - упаковка, предназначенная для хранения и транспортирования продукции с целью защиты ее от повреждений при перемещении. Маркировка упаковки - информация в виде знаков, надписей, пиктограмм, символов, наносимая на упаковку и сопроводительные документы для обеспечения идентификации, информирования потребителей. Многооборотная упаковка - упаковка, предназначенная для ее многократного применения. POS материалы — сокращение от point of sale (место продажи), то есть, те материалы, которые располагаются на местах продажи. Вобблер - фигурный рекламный носитель или ценник, изготовленный из плотной бумаги или картона с пластиковой «ножкой». Конструкция упаковочной тары. Упаковочные материалы. Основные формы раскроя упаковочных коробок. Основные виды конструкций упаковки: цилиндрическая – в эту группу входят всевозможные банки, баллоны, флаконы, бутылки, канистры, выполненные из стекла, металла, пластмассы, комбинированных материалов, различного диаметра, с вогнутым или, чаще, плоским дном; коробки – складываемые и склеиваемые, сплошные и решетчатые (ящики), с крышками или без, с замками или без, прозрачные и нет, герметичные и нет, в том числе и специфические (бонбоньерки, туески и т.д.); мешки и пакеты – тканевые, полиэтиленовые, полипропиленовые, представляющие собой рукава с горловиной и дном; объемные оболочки – пленки, полностью покрывающие изделия; сложные – тетрапаки, блистеры или тубы, стреч (двойные листовые), вителло (стаканы в цилиндрах).

Тема 4. Реклама упаковки. Внешний вид упаковки, подбор материала. Основные формы упаковок. Комбинаторика формообразования. Конструирование элементов упаковки. Технологические требования к упаковке. Конструктивные схемы упаковки. Соединения деталей при конструировании различных изделий в упаковке. Разъемные соединения деталей. Неразъемные соединения деталей. Конструкции простейших изделий. Размещение информации на упаковке. Эстетические свойства материалов в упаковке. Размещение рекламы на упаковке. Рекламное оформление упаковки должно быть лаконичным и ярким. Как правило, его следует ограничивать названием марки, возможно, изображением товара или ситуации его использования, а также кратким заявлением о качествах товара, многообразии сфер и способов его применения. Размещение на упаковке соответствующей информации о товаре. Подбор шрифта. Вкладыши в упаковке.

Раздел 3. Модульные системы в дизайне и рекламе

Тема 5. Понятие модульной сетки. Принципы построения модульной сетки. Особенности оформления полос, расположение рубрик, выбор шрифтов, выходные данные, спуск полос, вывод оригинал-макета на основе сетки. Основные правила верстки и оформления различных типов рекламных буклетов (3-х полосных, «гармошек» и др., спуск полос, вывод оригинал-макета. Особенности предпечатной подготовки визитных карточек. Форматы визитных карточек, особенности верстки, подготовка файлов. Особенности предпечатной подготовки календарей (карманных, настольных, «домик», и т.д.). Форматы, особенности верстки. Особенности предпечатной подготовки листовок и плакатов. Этикетка и упаковка как отдельный вид рекламной печатной продукции. Требования к ним

Тема 6. Использование модульной сетки в рекламных продуктах. Особенности проектирования на основе модульной сетки рекламных изданий. Композиционный комплекс рекламного продукта. Общие понятия о критериях рекламных изданий. Форматы рекламных изданий. Принципы оформления текстов и удобочитаемость рекламного издания. Композиционные блоки рекламного издания. Средства и способы формирования рекламных блоков. Применение иллюстраций и фотоизображений в рекламных изданиях и способы их воспроизведения.

Раздел 4. Рекламная полиграфия

Тема 7. Виды полиграфической продукции. Понятие печатной рекламы. Листовая и книжная рекламная продукция. Виды печатных рекламных материалов. Листовка, буклет, проспект, основные виды календарей. Назначение различных видов печатной продукции. Особенности макетирования для каждого вида печатной продукции. Полиграфическая продукция, как главное средство массовой информации и общения между людьми, мощное орудие пропаганды политических, научных знаний, средством политической борьбы и выражения общественного мнения, а также хранителем духовных ценностей всех веков и всех народов. Выпускаемая в настоящее время печатная продукция очень разнообразна по своему виду, конкретному назначению, срокам издания, техническому исполнению. Типы и виды печатной продукции: бланк, бланки самокопирующие, листовка, буклет, брошюра, календарь, визитная карточка, папка, блокнот, конверт, кубарик, этикетка, ярлык

Тема 8. Разработка рекламного календаря Классификация рекламных календарей по внешнему виду, конструкции и функциональности: настольный, квартальный, настенный и карманный календари. В зависимости от конструктивных особенностей и типа использования можно различить несколько видов календарей (фирменных, рекламных, информативных, деловых, нестандартных и т.д.). По форме: настольный календарь, квартальный календарь (дает возможность видеть одновременно три календарные сетки), настенный перекидной календарь, календарь-плакат (листовой настенный календарь), карманный календарь. Форматы календарей, тираж, материалы. Композиционные приемы оформления рекламного календаря.

Раздел 5. Рекламные издания

Тема 9. Понятие и принципы верстки. Правила верстки издания. Компьютерные технологии подготовки текста. Способы ввода компьютерного текста. Текстовые форматы. Требования к тексту для верстки в издательской системе. Особенности макетной полосы. Вставка графики в форматах Photoshop и Illustrator. Сложные случаи

обтравки и обтекания: импорт и создание обтравочных контуров, способы обтравки. Создание обложки журнала. Подготовка полноцветного изобразительного материала. Виды иллюстраций. Виды и способы верстки иллюстраций. Композиция полос с текстом. Работа с текстовыми блоками. Параметры текстового блока. Способы размещения текста. Импорт текста и текстовые форматы. Подготовка текста для вёрстки. Обработка текстов для верстки: установка языка, включение переносов, выбор выключки, установка абзацных отступов Формат колонки. Межбуквенный просвет (кернинг, трекинг). Интерлиньяж, подгонка текста, колонтитулы и колонцифры. Модульная система и ее шаг. Виды верстки. Макетирование издания. Виды верстки по конфигурации. Брусковая верстка. Ломаная верстка. Симметричная и асимметричная верстка. По направлению разверстки различают: горизонтальную, вертикальную, переменную по горизонтали и переменную по вертикали, гармоническое построение ее структуры. Единство композиции - как согласованность и соподчиненность всех ее элементов. Художественный образ - как выразитель художественной идеи. Основы выразительности композиции – оригинальное художественное решение. Композиционные средства достижения целостности, единства и выразительности художественного образа верстки текстового блока. Условные обозначения на макете. Варианты разверстки среднего материала на газетной полосе. Верстка крупных материалов. Создание иллюзии уменьшения материала: перенос на другие страницы, ломаная верстка, разделение на части при помощи подзаголовков, буквиц, заверстка иллюстраций в текст и другие. Макетирование подборки, газетной полосы и журнального разворота. Способы объединения материалов в подборку. Макетирование газетной полосы. Метод гвоздевой верстки, планово-композиционный и традиционный приемы макетирования. Виды верстки материалов на полосе. Особенности верстки в изданиях различных форматов. Художественное конструирование журнальных разворотов. Типовые макеты и их применение при компьютерной верстке изданий. Спусковой макет.

Тема 10. Разработка рекламного издания. Понятие печатных рекламных изданий. Листовые и книжные рекламные издания. Брошюра, плакат, листовка, буклет, визитная карточка, календарь, этикетка как основные виды печатных рекламных материалов. Назначение различных видов рекламных изданий. Виды рекламных продуктов по социальному назначению. Виды рекламных изданий по формату, тиражу и полиграфическому исполнению. Структура рекламного издания: выходные сведения, содержание и оглавление, колонтитулы и вспомогательные указатели. Основные типы оформления рекламного издания. Газетные и журнальные издания рекламного издания, классификация, основные форматы. Особенности современного полиграфического процесса. Виды печатных машин. Основные допечатные процессы при создании оригинал-макета. Цветоделение. Вывод форм. Печать. Бумага, ее характеристики. Послепечатные процессы: резка, фальцовка, скрепка. Отделочные процессы.

Раздел 6. Коммуникативный продукт в рекламе

Тема 11. Виды коммуникативных продуктов в рекламе. Основные средства (каналы) распространения рекламы. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы. Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов и директ-мейл. Печатные средства массовой информации. Использование газет и журналов для распространения рекламы. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах. Классификация газет и журналов. Приобретение места в газете и журнале для рекламы. Реклама на телевидении. Использование телеэфира для распространения рекламы. Особенности и типы телевизионной рекламы, ее преимущества и не-

достатки. Зрительские аудитории. Методы измерения телеаудитории и составление рейтинга. Совокупный рейтинг. Приобретение телеэфирного времени. Запрос информации. Выбор программы. Проведение переговоров по ценам и заключение контракта. Реклама на радио. Краткая история радиовещания в России. Преимущества и недостатки радио как рекламоносителя. Жанры радиорекламы. Наружная реклама. Преимущества наружной рекламы. Недостатки наружной рекламы. Стандартизация и особенности правового регулирования наружного рекламного бизнеса. Типы наружных рекламных сооружений. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений.

Тема 12. Разработка коммуникативного продукта. Методы, цели, задачи рекламной деятельности. Рекламное обращение: виды, формы. Рекламное обращение: понятие, сущность. Отличительные особенности рекламного обращения от других вариантов информационных сообщений. Основные виды и типы рекламных обращений. Актуальные вопросы классификации рекламных обращений. Проектирование рекламной кампании. Составляющие рекламной кампании в интернете. Виды интернет-рекламы. Выбор и анализ способа продвижения. Понятиеюзабилити. Способы тестирования сайта на удобство его использования (работа с фокус-группами). Подбор цветовой схемы для сайта. Онлайн-сервисы для подбора схемы сайта. Принципы построения макета сайта. Структура страницы интернет-сайта. Основные требования к дизайну сайта. Графические редакторы для макета. Изучение структура страницы современного интернет-сайта. Основные требования к дизайну сайта. Графические редакторы для макета сайта.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Общие положения

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

Самостоятельная работа может быть аудиторной и внеаудиторной.

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

– в контакте с преподавателем: на консультациях по учебным вопросам в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий 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. Рекламный плакат		
Тема 1. Виды плакатов	Самостоятельная работа №1	Проверка самостоятельных заданий
Тема 2. Разработка креа-	Самостоятельная работа №2	Проверка само-

тивного плаката		стоятельных заданий
Раздел 2. Рекламная упаковка		
Тема 3. Виды упаковки	Самостоятельная работа №3	Проверка самостоятельных заданий
Тема 4. Реклама упаковки	Самостоятельная работа №4	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 3. Модульные системы в дизайне и рекламе		
Тема5.Понятие модульной сетки	Самостоятельная работа №5	Проверка самостоятельных заданий
Тема 6.Использование модульной сетки в рекламных продуктах	Самостоятельная работа №6	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 4. Рекламная полиграфия		
Тема7. Виды полиграфической продукции	Самостоятельная работа №7	Проверка самостоятельных заданий
Тема 8.Разработка рекламного календаря	Самостоятельная работа №8	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 5. Рекламные издания		
Тема9.Понятие и принципы верстки	Самостоятельная работа №9	Проверка самостоятельных заданий
Тема 10.Разработка рекламного издания	Самостоятельная работа №10	Проверка самостоятельных заданий
Раздел 6. Коммуникативный продукт в рекламе		
Тема11.Виды коммуникативных продуктов в рекламе	Самостоятельная работа №11	Проверка самостоятельных заданий
Тема 12.Разработка коммуникативного продукта	Самостоятельная работа №12	Проверка самостоятельных заданий

5.2.2. Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Раздел 1. Рекламный плакат Самостоятельная работа № 1. Тема «Виды плакатов»

Цель работы: изучить различные виды плакатов

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

Самостоятельная работа № 2. Тема «Разработка креативного плаката»

Цель работы: изучить композиционные решения плакатов

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

Раздел 2. Рекламная упаковка

Самостоятельная работа № 3. Тема «Виды упаковки»

Цель работы: изучить виды упаковки

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

Самостоятельная работа № 4. Тема «Реклама упаковки»

Цель работы: изучить способы размещения рекламы на упаковке.

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

Раздел 3. Модульные системы в дизайне и рекламе

Самостоятельная работа № 5. Тема «Понятие модульной сетки»

Цель работы: изучить виды модульной сетки.

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

Самостоятельная работа № 6. Тема «Использование модульной сетки в рекламных продуктах»

Цель работы: изучить способы использования модульной сетки в рекламной продукции.

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

Раздел 4. Рекламная полиграфия

Самостоятельная работа № 7. Тема «Виды полиграфической продукции»

Цель работы: изучить виды полиграфической продукции.

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

Самостоятельная работа № 8. Тема «Разработка рекламного календаря»

Цель работы: изучить композиционные приемы проектирования рекламного календаря.

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

Раздел 5. Рекламные издания

Самостоятельная работа № 9. Тема «Понятие и принципы верстки»

Цель работы: изучить принципы верстки.

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

Самостоятельная работа № 10. Тема «Разработка рекламного издания»

Цель работы: изучить последовательность проектирования рекламного издания.

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

Раздел 6. Коммуникативный продукт в рекламе

Самостоятельная работа № 11. Тема «Виды коммуникативных продуктов в рекламе»

Цель работы: изучить виды коммуникативных продуктов в рекламе.

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

Самостоятельная работа № 12. Тема «Разработка коммуникативного продукта»

Цель работы: изучить способы разработки коммуникативных продуктов в рекламе.

Задание и методика выполнения: выполнить подборку специальной литературы, по теме виды композиции 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.

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

Интернет-ресурс «Интернет-тренажеры. Подготовка к процедурам контроля качества» имеет два режима: «обучение» и «самоконтроль».

Режим обучения позволяет:

1. Работать в базе заданий без ограничения по времени.
2. Осуществлять проверку правильности выполнения задания. Она происходит сразу после ответа.
3. В случае выбора неправильного ответа выводится подсказка (правильное решение).

Режим самоконтроля позволяет:

1. Просмотреть структуру теста в соответствии с разделами и темами дисциплины.
2. Увидеть результат тестирования в процентах и с указанием усвоенных/неусвоенных тем.

Для преподавателей и обучающихся данный ресурс доступен 2 раза в год (как правило, это периоды: сентябрь – декабрь / март – июнь). Объявление об открытии доступа к ресурсу и «ключ пользователя» публикуются в локальной сети Интранет.

<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. Рекламный плакат			
Тема 1. Виды плакатов	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	– Практическая работа № 1 «Виды плакатов» – Самостоятельная работа № 1. Тема «Виды плакатов».
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
Тема 2. Разработка креативного плаката	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	– Практическая работа № 2 «Разработка креативного плаката» – Самостоятельная работа № 2. Тема «Разработка креативного плаката».
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
Раздел 2. Рекламная упаковка			
Тема 3. Виды упаковки	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной	ПК-1.1	Практическая работа № 3 «Виды упаковки»
		ПК-1.2	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.3	– Самостоятельная работа № 3. Тема «Виды упаковки».
Тема 4. Реклама упаковки	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	Практическая работа № 4 «Реклама упаковки» – Самостоятельная работа № 4. Тема «Реклама упаковки».
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
Раздел 3. Модульные системы в дизайне и рекламе			
Тема 5. Понятие модульной сетки	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	Практическая работа № 5 «Понятие модульной сетки» – Самостоятельная работа № 5. Тема «Понятие модульной сетки».
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
Тема 6. Использование модульной сетки в рекламных продуктах	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	Практическая работа № 6 «Использование модульной сетки в рекламных продуктах» – Самостоятельная работа № 6. Тема «Использование модульной сетки в рекламных продуктах».
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
Раздел 4. Рекламная полиграфия			
Тема 7. Виды полиграфической продукции	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информации	ПК-3.1	Практическая работа № 7 «Виды полиграфической продукции» – Самостоятельная работа № 7. Тема «Виды полиграфической про-
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	онной продукции исоздавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг		дукции».
Тема 8. Разработка рекламного календаря	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции исоздавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	Практическая работа № 8 «Разработка рекламного календаря» – Самостоятельная работа № 8. Тема «Разработка рекламного календаря».
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	
Раздел 5. Рекламные издания			
Тема 9. Понятие и принципы верстки	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции исоздавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	Практическая работа № 9 «Понятие и принципы верстки» – Самостоятельная работа № 9. Тема «Понятие и принципы верстки».
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	
Тема 10. Разработка рекламного издания	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции исоздавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	Практическая работа № 10 «Разработка рекламного издания» – Самостоятельная работа № 10. Тема «Разработка рекламного издания».
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	
Раздел 6. Коммуникативный продукт в рекламе			
Тема 11. Виды	ПК-3 Способен использо-	ПК-3.1	Практическая работа № 11 «Виды

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
коммуникативных продуктов в рекламе	вать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.2	коммуникативных продуктов в рекламе» – Самостоятельная работа № 11. Тема «Виды коммуникативных продуктов в рекламе».
		ПК-3.3	
Тема 12. Разработка коммуникативного продукта	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	Практическая работа № 12 «Разработка коммуникативного продукта» – Самостоятельная работа № 12. Тема «Разработка коммуникативного продукта».
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	

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. Рекламный плакат			
Тема 1. Виды плакатов	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	– практико-ориентированное задание № 1 – вопросы к зачету № 1-9
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	
Тема 2. Разработка креативного плаката	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	– практико-ориентированное задание № 2 – вопросы к зачету № 1-9
		ПК-1.2	
		ПК-1.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	но-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации		
Раздел 2. Рекламная упаковка			
Тема 3. Виды упаковок	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	практико-ориентированное задание № 3 – вопросы к зачету № 1-9
Тема 4. Реклама упаковки	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	практико-ориентированное задание № 4 – вопросы к зачету № 1-9
Раздел 3. Модульные системы в дизайне и рекламе			
Тема 5. Понятие модульной сетки	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	практико-ориентированное задание № 5 – вопросы к зачету № 1-9
Тема 6. Использование модульной сетки в рекламных продуктах	ПК-1 Способен проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить автор-	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-1.3	практико-ориентированное задание № 6 – вопросы к зачету № 1-9

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	ский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации		
Раздел 4. Рекламная полиграфия			
Тема 7. Виды полиграфической продукции	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	практико-ориентированное задание № 7 – вопросы к экзамену № 1-15
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	
Тема 8. Разработка рекламного календаря	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	практико-ориентированное задание № 8 – вопросы к экзамену № 1-15
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	
Раздел 5. Рекламные издания			
Тема 9. Понятие и принципы верстки	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	практико-ориентированное задание № 9 – вопросы к экзамену № 1-15
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	
Тема 10. Разработка рекламного издания	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный	ПК-3.1	практико-ориентированное задание № 10 – вопросы к экзамену № 1-15
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	

Наименование разделов, темы	Планируемые результаты освоения ОПОП	Коды индикаторов достижения компетенций	Наименование оценочного средства
	контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг		
Раздел 6. Коммуникативный продукт в рекламе			
Тема 11. Виды коммуникативных продуктов в рекламе	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	практико-ориентированное задание № 11 – вопросы к экзамену № 1-15
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	
Тема 12. Разработка коммуникативного продукта	ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции и создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг	ПК-3.1	практико-ориентированное задание № 12 – вопросы к экзамену № 1-15
		ПК-3.2	
		ПК-3.3	

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-1.Способен проектировать, объекты визуаль-	– понимает – проектировать, объекты визуальной информа-	Обучающийся обладает необходимой системой знаний, достиг осознанного

<p>ной информации, идентификации и коммуникации, разрабатывать художественно-техническую документацию и проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>ции, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; – применяет:– проектировать, объекты визуальной информации, идентификации и коммуникации; – разрабатывать художественно-техническую документацию – проводить авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.</p>	<p>владения умениями, навыками и способами профессиональной деятельности. Демонстрирует способность анализировать, проводить сравнение и обоснование выбора методов решения заданий в практико-ориентированных ситуациях.</p>
<p>ПК-3 Способен использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных</p>	<p>– понимает – выбирает принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – различает информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей социальных услуг ..; – применяет – использовать принципы социального брендинга при проектировании информационной продукции; – создавать информационный контент на основе социальных исследований, в тесном взаимодействии с организациями и сообществами по оказанию помощи в решении проблем получателей; – способен использовать знания, умения, владения в профессиональной деятельности.</p>	<p>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.</p>

Таблица 9

Этапы формирования компетенций

Наименование этапа 1	Характеристика этапа 2	Формы контроля 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	Активная учебная лекция; практические; самостоятельная работа:

	Осуществление выявления причин препятствующих эффективному освоению компетенций.	
Промежуточный (аттестационный) этап формирования компетенций	Оценивание сформированности компетенций по отдельной части дисциплины или дисциплины в целом.	Зачет, экзамен: – выполнение практико-ориентированных заданий.

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 усвоенную 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>

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

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

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Какие основные композиционные приемы используют при разработке визуальной составляющей рекламного продукта (симметрия и асимметрия, статика и динамика)	ПК-1
2.	Каким образом формируется уникальное торговое предложение в рекламной концепции.	ПК-1
3.	Какие виды печатной рекламы вы можете назвать	ПК-1
4.	Каковы технологические особенности разработки печатной рекламы	ПК-1
5.	Каким образом используются вербальные и невербальные средства в рекламном сообщении	ПК-1
6.	Каково соотношение вербальных и невербальных средств в рекламном сообщении	ПК-1
7.	Какие основные принципы дизайна используются при разработке рекламного сообщения.	ПК-1
8.	Какие рекламные материалы, используют для организации и проведения выставки	ПК-1
9.	Какие современные технологии применяют при оформлении витрин	ПК-1

к экзамену

№ п/п	Примерные формулировки вопросов	Код компетенций
1.	Какова классификация наружной рекламы	ПК-3
2.	Какие технологические особенности конструкций наружной рекламы	ПК-3
3.	Как используется брендированная сувенирная продукция в рекламной кампании	ПК-3
4.	Назовите типы упаковки товара, ее функции и значение и этапы разработки	ПК-3
5.	Опишите значение знака, символа, мифа в рекламном сообщении	ПК-3
6.	Дайте определеник понятия рекламной концепции и рекламной идеи	ПК-3
7.	Опишите типы, формы, содержания и структуры рекламного обращения	ПК-3
8.	Каковы особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции	ПК-3
9.	Назовите разновидности макетов (форматов) печатной рекламы	ПК-3
10.	Каковы современные технологии и возможности промо - материалов	ПК-3
11.	Какие творческие методики, используются при разработке рекламной концепции	ПК-3
12.	Какова семантическая структура рекламного продукта	ПК-3
13.	Опишите роль метафоры, метонимии, гиперболы и аналогии в рекламном сообщении	ПК-3
14.	Назовите этапы творческого процесса создания рекламного продукта: определение проблемы, формирование творческой концепции, развертывание рекламной кампании.	ПК-3
15.	Какие коммуникативные приемы существуют в рекламе	ПК-3

Таблица 13

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

№ п/п	Темы примерных практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Эскиз социального плаката	ПК-1, ПК-3
2.	Эскиз рекламного плаката	ПК-1, ПК-3
3.	Разработка формы упаковки	ПК-1, ПК-3
4.	Разработка графического оформления упаковки	ПК-1, ПК-3
5.	Эскиз логотипа на основе модульной сетки	ПК-1, ПК-3
6.	Эскиз рекламного продукта на основе модульной сетки	ПК-1, ПК-3
7.	Эскиз рекламного буклета	ПК-1, ПК-3
8.	Эскиз рекламного календаря	ПК-1, ПК-3
9.	Эскиз варианта верстки разворота рекламного журнала	ПК-1, ПК-3
10.	Эскиз верстки рекламного издания	ПК-1, ПК-3
11.	Подбор и анализ коммуникативных продуктов	ПК-1, ПК-3
12.	Эскиз коммуникативного продукта	ПК-1, ПК-3

**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

Практическая работа № 1. Тема «Виды плакатов» (творческое задание).

Цель работы –изучить виды плакатов, различные средства композиции и их художественные возможности плакатной графики

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

Практическая работа № 2. Тема «Разработка креативного плаката» (творческое задание).

Цель работы – изучить последовательность разработки плакатов

Задание и методика выполнения: разработать плакат в цвете, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 3. Тема «Виды упаковки» (творческое задание).

Цель работы – изучить виды упаковки, различные средства композиции и их художественные возможности упаковки

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

Практическая работа № 4. Тема «Реклама упаковки» (творческое задание).

Цель работы – изучить последовательность разработки упаковки

Задание и методика выполнения: разработать упаковку в цвете, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика, макет.

Практическая работа № 5. Тема «Понятие модульной сетки» (творческое задание).

Цель работы – изучить применение модульной сетки в рекламной и полиграфической продукции.

Задание и методика выполнения: разработать авторскую модульную сетку, используя

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

Практическая работа № 6. Тема «Использование модульной сетки в рекламных продуктах»
(творческое задание).

Цель работы – изучить использование модульной сетки в рекламной продукции.
Задание и методика выполнения: разработать элемент рекламной продукции на основе авторской модульной сетки, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 7. Тема «Виды полиграфической продукции»
(творческое задание).

Цель работы – изучить виды полиграфической продукции
Задание и методика выполнения: разработать полиграфическую продукцию, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 8. Тема «Разработка рекламного календаря»
(творческое задание).

Цель работы – изучить последовательность разработки рекламного календаря
Задание и методика выполнения: разработать рекламный календарь в цвете, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 9. Тема «Понятие и принципы верстки»
(творческое задание).

Цель работы – изучить принципы верстки
Задание и методика выполнения: разработать эскизы верстки полиграфического издания в черно-белой графике, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 10. Тема «Разработка рекламного издания»
(творческое задание).

Цель работы – изучить последовательность разработки рекламного издания
Задание и методика выполнения: разработать рекламное издание в цвете, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 11. Тема «Виды коммуникативных продуктов в рекламе»
(творческое задание).

Цель работы – изучить виды коммуникативных продуктов в рекламе, различные средства композиции и их художественные возможности плакатной графики
Задание и методика выполнения: разработать эскизы коммуникативного продукта в

рекламе, в черно-белой графике, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или компьютерная графика

Практическая работа № 12. Тема «Разработка коммуникативного продукта»
(творческое задание).

Цель работы – изучить виды коммуникативных продуктов в рекламе, различные средства композиции и их художественные возможности плакатной графики

Задание и методика выполнения: разработать эскизы коммуникативного продукта в рекламе, в цветной графике, используя различные средства и приемы построения композиции. Формат А4, ручная или 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).

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 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. Бочарова, Т. И. Рекламные тексты. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 88 с. — ISBN 978-5-507-46169-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/302213> (дата обращения: 17.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Гунина, Е. В. Компьютерные технологии в рекламе. Рекламный плакат в растровой графике : учебное пособие / Е. В. Гунина. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 86 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/279545> (дата обращения: 06.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Епифанова, А. Г. Конструирование в графическом дизайне : учебное пособие / А. Г. Епифанова. — Челябинск : ЮУТУ, 2021. — 190 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/262181> (дата обращения: 06.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Жилавская, И. В. Виды медиа: типология и история : учебное пособие / И. В. Жилавская, К. К. Онучина. — Москва : МПГУ, 2020. — 208 с. — ISBN 978-5-4263-0894-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.

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

— URL: <https://e.lanbook.com/book/252998> (дата обращения: 06.07.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Мазикова, Н. Ю. Прагматическая специфика синтаксических конструкций в рекламном тексте : учебное пособие / Н. Ю. Мазикова. — Ростов-на-Дону : РГУПС, 2021. — 64 с. — ISBN 978-5-88814-952-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/191035> (дата обращения: 27.06.2023). — 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>

Научная электронная библиотека E-library. — Режим доступа:

<https://elibrary.ru/defaultx.asp>

Национальная электронная библиотека — Режим доступа: [http://xn--90ax2c.xn--](http://xn--90ax2c.xn--p1ai/)

[p1ai/](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 досту-

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 досту-

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.

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

Для выполнения заданий самостоятельной работы в письменной форме по темам обучающиеся, кроме рекомендуемой к изучению литературы, электронных изданий и интернет-ресурсов, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: Render, 3D Artist, Монитор, 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)
Брейнрайтинг	Мозговой штурм в письменной форме, в ходе которого участники выражают свои предложения не в слух, а индивидуально в письменной форме, что позволяет на базе выдвинутой идеи формулировать новые.	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)
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: MicrosoftWindows, MicrosoftOffice 2007, GoogleChrome, InternetExplorer, Kasperskyendpointsecurity 10, OfficeCommunicator 2007 R2 + LiveMeeting 2007 , AdobeReaderX, 7zip, AdobeCS4 DesignPremium, 3DStudioMax 2011 Eng, CorelDrawX4 , CorelDrawX7 , MicrosoftProject 2007, MediaPlayerClassic

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
Жанна Юрьевна Чернева

**РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА
КОММУНИКАТИВНОГО 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 2,1 п. л.
Тираж 100 экз.

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

Отпечатано в типографии ЧГИК. Ризограф