

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Выбоина Лябовь Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.09.2024 08:25:41
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Кафедра «Дизайн и искусство»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.03.12. Дизайн в современной рекламе

Направление подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль):

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Тольятти 2021

Рабочая программа дисциплины «Дизайн в современной рекламе» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512.

Составители:

Канд.иск.
(ученая степень, ученое
звание)

Фомина Э.В.
(ФИО)

РПД обсуждена на заседании кафедры «Дизайн и искусство»
«_28_» _05_ 2021 г., протокол № _10_

Заведующий кафедрой д.т.н., профессор Белько Т. В.
(уч.степень, (ФИО)
уч.звание)

Рабочая программа дисциплины утверждена в составе основной профессиональной образовательной программы решением Ученого совета от 29.06.2021 г. Протокол № 16

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

- изучение основ рекламной деятельности,
- приобретение основных практических навыков дизайн-проектирования в рекламе.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-4 Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	<p>ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций</p> <p>ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу</p>	<p>Знает: Основы рекламных технологий. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> <p>Умеет: Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. Выбирать оптимальные способы решения проектной задачи. Обосновывать свои предложения на основе научного анализа.</p> <p>Владеет: Методами проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.</p>	06.013 Специалист по информационным ресурсам

		<p>Информацией, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.</p> <p>Определяет композиционными приемами и стилистическими особенностями проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.</p> <p>Подготавливает графические материалы для передачи в производство.</p>	
--	--	---	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.В.03. Профессиональный модуль).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **4 з.е. (144 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Общая трудоёмкость дисциплины, час	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	40/12
занятия лекционного типа (лекции)	12/6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	28/6
лабораторные работы	-
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	77/123
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	77/123
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	-
Контроль (часы на экзамен, зачет)	27/9
Промежуточная аттестация	Экзамен

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Работа во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 1. Понятие и виды рекламы.	2/1				Устный опрос по теме лекции.
	Практическое занятие № 1. Понятие и виды рекламы.			4/1		Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам Конспект лекций
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.				12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 2. История рекламы.	2/1				Устный опрос по теме лекции.
	Практическое занятие № 2. История рекламы.			4/1		Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам Конспект лекций
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.				12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 3. Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг.	2/1				Устный опрос по теме лекции.
	Практическое занятие № 3. Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг.			4/1		Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам Конспект лекций

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Работа во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.				12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 4. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы. Визуальные элементы рекламы	2/1				Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам Конспект лекций
	Практическое занятие № 4. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы. Визуальные элементы рекламы			4/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.				12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 5. Средства распространения рекламы. Эффективность рекламы.	2/1				Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам Конспект лекций
	Практическое занятие № 5. Средства распространения рекламы. Эффективность рекламы.			4/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.				12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4. Заменить лист	Тема 6. Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов.	2/1				Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам Конспект лекций
	Практическое занятие № 6. Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов.			8/1		

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Работа во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.				17/23	
	ИТОГО	12/6		28/6	77/123	

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов **образовательных технологий**:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- электронное обучение;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций;

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Возможно ведение конспекта лекций в виде интеллект-карт.

Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на лабораторных работах

Лабораторные работы не предусмотрены

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа/ на практических занятиях

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является

обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: решение прикладной задачи при изучении тем 1-6.

4.5. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Решение практических задач

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

4.6. Методические указания для выполнения курсового проекта / работы

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие по направлению подгот. 09.03.04 "Прогр. инженерия" / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А. В. Шнякин ; под ред. Л. Г. Гагариной. - Документ read. - Москва : ФОРУМ [др.], 2020. - 400 с. : ил. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.com/read?id=344626> (дата обращения: 08.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-8199-0703-0. - 978-5-16-013255-6. - 978-5-16-101286-4. - Текст : электронный.

2. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко ;

под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - Документ read. - Москва : Магистр [и др.], 2019. - 176 с. : ил. - Прил. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=330335> (дата обращения: 21.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9776-0288-4. - 978-5-16-009262-1. - Текст : электронный.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 2-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2020. - 324 с. - Слов. - URL: <https://znanium.com/read?id=358550> (дата обращения: 15.10.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03519-7. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

4 Антипов, К. В. Основы рекламы : учеб. для экон. вузов / К. В. Антипов. - 4-е изд. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2020. - 326 с. - URL: <https://znanium.com/read?id=358440> (дата обращения: 07.12.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-03458-9. - Текст : электронный.

5 Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для вузов по специальностям "Дизайн", "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 239 с. : ил. - (Азбука рекламы). - Слов. понятий и терминов. - Прил. - ISBN 978-5-238-01525-5 : 180-40;194-40. - Текст : непосредственный.

6 Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2010. - 223 с. : табл., ил. - ISBN 978-5-394-00391-2 : 203-50. - Текст : непосредственный.

7 Рожкова, Н. Г. Графический дизайн и реклама на компьютере : крат. рук. / Н. Г. Рожкова, П. П. Данилов, В. Н. Шитов. - Москва : Вильямс, 2006. - 312 с. : ил. - Предм. указ. - ISBN 5-8459-0995-3 : 102-00. - Текст : непосредственный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 - . - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 09.02.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. ГАРАНТ.RU : информ. – правовой портал : [сайт] / ООО «НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». – Москва, 1990 - . - URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 09.02.2021). - Текст : электронный.

3. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 09.02.2021). - Текст : электронный.

4. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 09.02.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 09.02.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

6. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 09.02.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Для проведения практических занятий используется учебная аудитория «Кабинет макетирования», укомплектованный мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (переносной набор демонстрационного оборудования (проектор, экран, /ноутбук).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;

проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

9. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной	Шкалы оценки уровня сформированности	Шкала оценки уровня освоения дисциплины
--------------------------------	--------------------------------------	---

аттестации	результатов обучения				
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
<i>Экзамен по результатам накопительного рейтинга</i>	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии за набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

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

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Опрос по темам лекционных занятий	3	3	9
Работа на практических занятиях. Отчет по практическим работам	3	20	60
Конспект лекций	1	15	15
Творческий рейтинг (дополнительные баллы)	1	16	16
Итого по дисциплине			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

9.2.1. Типовые вопросы для устного опроса:

1. Понятие рекламы
2. Социальная реклама
3. Коммерческая реклама
4. Политическая реклама
5. Зарождение рекламы и ее развитие в Античной эпохе
6. Реклама в средневековой культуре и новый этап развития рекламы в 16-19 в.
7. История рекламы и дизайна в России
8. Понятие фирменный стиль, его элементы
9. Понятия бренд и брендинг
10. Вербальные элементы рекламы
11. Визуальные элементы рекламы
12. Реклама и телевидение
13. Наружная реклама
14. Реклама и интернет
15. Критерии выбора средства распространения рекламы
16. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов
17. Подходы для оценки эффективности рекламы

9.2.2. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Практическое занятие № 1. Понятие и виды рекламы.

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

Практическое занятие № 2. История рекламы.

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

Практическое занятие № 3. Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг.

3.1. На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 3, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

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

Практическое занятие № 4. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы. Визуальные элементы рекламы.

На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 4, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

Практическое занятие № 5. Средства распространения рекламы. Эффективность рекламы.

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

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

Практическое занятие № 6. Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов.

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

9.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен по результатам накопительного рейтинга.

Перечень вопросов и заданий для подготовки к экзамену (ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.):

Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам. Итоговая форма - накопительный рейтинг.

Практические занятия проходят в форме обсуждения задания, непосредственно практической части, обсуждения выполненного задания, отчета. Например:

Практическое занятие № 6.

1. Обсуждение вводной проектной информации об организации (исследовательский блок визуальной и текстовой информации). Обсуждение концепции рекламной кампании. Выбор образов, текстов рекламного сообщения, носителей рекламы. Обсуждение прогнозируемой эффективности рекламной кампании.

2. Затем выполняется творческое задание «Разработка графических элементов рекламной кампании организации». Студенты разрабатывают ручную и компьютерную графику по поиску визуальных образов элементов рекламной кампании в соответствии с ее философией и фирменным стилем, разрабатывают типографические и иллюстративные образы. Выбор техники графики, шрифта, цвета. Необходимо разработать 5-10 эскизов рекламного сообщения в цвете. А-4, маркер, компьютерная графика. Необходимо разработать макеты рекламного буклета и рекламного плаката организации.

3. Отчетом о выполнении задания являются: серия эскизов рекламного сообщения, макет буклета, плакат.

Перечень вопросов

1. Понятие рекламы
2. Социальная реклама
3. Коммерческая реклама
4. Политическая реклама
5. Зарождение рекламы и ее развитие в Античной эпохе
6. Реклама в средневековой культуре и новый этап развития рекламы в 16-19 в.
7. История рекламы и дизайна в России
8. Понятие фирменный стиль, его элементы
9. Понятия бренд и брендинг
10. Вербальные элементы рекламы
11. Визуальные элементы рекламы
12. Реклама и телевидение
13. Наружная реклама
14. Реклама и интернет
15. Критерии выбора средства распространения рекламы
16. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов
17. Подходы для оценки эффективности рекламы