

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.12.2024 15:21:38
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.О.04.11 «Рекламные технологии в дизайне»

Направление подготовки:

54.03.03 «Искусство костюма и текстиля»

Направленность (профиль):

«Мода и дизайн»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Тольятти 2021

Рабочая программа дисциплины «Рекламные технологии в дизайне» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.03 «Искусство костюма и текстиля», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 13.08.2020 г. № 1005.

Составители:

К.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

(уч.степень, уч.звание)

Белько Т.В.

(ФИО)

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

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций, направленных на изучение основ рекламной деятельности, приобретение практических навыков дизайнерской работы в рекламе;
- формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций, направленных на развитие навыков исследовательской деятельности.

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
ОПК-5. Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях	ИОПК-5.1. Создает необходимое информационное поле в ходе работы над дизайн-проектом, используя эффективные методы и средства коммуникаций ИОПК-5.2. Участвует в деятельности профессионального сообщества, направленной на повышение творческого потенциала отрасли ИОПК-5.3. Осуществляет презентацию результатов исследовательской и проектной деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями	Знает: основы рекламных технологий, эффективные методы и средства коммуникаций Умеет: анализировать информацию, необходимую для работы над созданием художественной и рекламной графики, костюма и аксессуаров; решать основные типы проектных задач в области графического дизайна и осуществлять презентации результатов; обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений исследовательской и проектной деятельности Владеет: навыками художественно-образного и аналитического мышления; навыками презентации результатов исследовательской и проектной деятельности в соответствии с актуальными отраслевыми требованиями	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Б.1.О.04.Общепрофессиональный модуль).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **8 з.е. (288 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоёмкость, час		
	всего	6 семестр	7 семестр
Общая трудоёмкость дисциплины, час	288	144	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	88	44	44
занятия лекционного типа (лекции)	24	12	12
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	64	32	32
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	200	100	100
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	200	100	100
Контроль (часы на дифф. зачет)	-	-	-
Промежуточная аттестация		Дифференцированный зачет	Дифференцированный зачет

Примечание: *объем часов для очной формы обучения*

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)
		Контактная работа			Самостоятельна я работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
6 семестр						
ОПК-5 ИОПК-5.1. ИОПК-5.2. ИОПК-5.3.	ТЕМА 1. «Понятие и виды рекламы». Содержание лекции: 1. Понятие рекламы 2. Социальная реклама 3. Коммерческая реклама 4. Политическая реклама	2				Устный опрос, представление презентаций, обсуждение
	Практическое занятие № 1. «Виды рекламы»			8		
	Самостоятельная работа.				20	
ОПК-5 ИОПК-5.1. ИОПК-5.2. ИОПК-5.3.	ТЕМА 2. «История рекламы» Содержание лекции: 1. Зарождение рекламы и ее развитие в Античной эпохе 2. Реклама в средневековой культуре и новый этап развития рекламы в 16-19 в. 3. История рекламы и дизайна в России	2				Устный опрос, представление презентаций, обсуждение
	Практическое занятие № 2. «История рекламы»			8		
	Самостоятельная работа.				20	
ОПК-5 ИОПК-5.1. ИОПК-5.2. ИОПК-5.3.	ТЕМА 3. «Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг» Содержание лекции: 1. Понятие фирменный стиль, его элементы 2. Понятия бренд и брендинг	4				Выполнение творческих практических заданий, обсуждение
	Практическое занятие № 3. «Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг»			8		
	Самостоятельная работа.				30	
ОПК-5 ИОПК-5.1. ИОПК-5.2. ИОПК-5.3.	ТЕМА 4. «Формирование рекламного образа». Содержание лекции: 1. Вербальные элементы рекламы 2. Визуальные элементы рекламы	4				Устный опрос, конспект
	Практическое занятие № 3. «Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг»			8		
	Самостоятельная работа.				30	
7 семестр						
ОПК-5 ИОПК-5.1. ИОПК-5.2. ИОПК-5.3.	ТЕМА 5. «Средства распространения рекламы». Содержание лекции: 1. Реклама и телевидение 2. Наружная реклама 3. Реклама и интернет 4. Критерии выбора средства распространения рекламы	4				Представление докладов, обсуждение, устный опрос
	Практическое занятие № 4. «Средства			10		

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы				Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
		Контактная работа			Самостоятельна я работа, час	
		Лекции, час	Лабораторные работы, час	Практические занятия, час		
	распространения рекламы»					
	Самостоятельная работа.				30	
ОПК-5 ИОПК-5.1. ИОПК-5.2. ИОПК-5.3.	ТЕМА 6. «Эффективность рекламы» Содержание лекции: 1. Подходы для оценки эффективности рекламы	4				Представление докладов, обсуждение, устный опрос
	Практическое занятие № 5. «Эффективность рекламы»			10		
	Самостоятельная работа.				30	
ОПК-5 ИОПК-5.1. ИОПК-5.2. ИОПК-5.3.	ТЕМА 7. «Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов» Содержание лекции: 1. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов	4				Выполнение творческих практических заданий, обсуждение
	Практическое занятие № 6. «Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов»			12		
	Самостоятельная работа.				40	
	ИТОГО	24	-	64	200	

Примечание: *объем часов для очной формы обучения*

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).

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 или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала.

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 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 (семинарские) 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: выполнение творческого проекта при изучении тем 3, 7.

4.4. 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 ситуаций и задач.
3. Работу с ресурсами Интернет.
4. Выполнение творческого проекта.
9. Подготовку к промежуточной аттестации по курсу.

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

Для обучающихся по очно-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/>

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. 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.

2. 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.

3. 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.], 2021. – 175 с. : ил. – Прил. – Слов. – URL: <https://znanium.com/read?id=398678> (дата обращения: 09.12.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – ISBN 978-5-9776-0288-4. – 978-5-16-009262-1. – Текст : электронный.

4. 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

5. Глейзер, Д. Дизайн. Разработка проектов. Разбуди свое вдохновение! / Д. Глейзер, К. Найт. – Санкт-Петербург : Питер, 2014. – 248 с. : ил. – Глоссарий. – ISBN 978-5-496-00551-7 : 630-00. – Текст : непосредственный.

6. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий : учеб. пособие для вузов по специальностям "Графика", "Журналистика", "Информ. технологии в дизайне", "Реклама" / С. Б. Головкин. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 423 с. : ил. – (Медиаобразование). – Прил. – ISBN 978-5-238-01477-7 : 191-95. – Текст : непосредственный.

7. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель / В. Д. Курушин. – Изд. 2-е, стер. – Москва : ДМК Пресс, 2012. – 270 с. : ил. – (Самоучитель). – Предм. указ. – ISBN 978-5-94074-722-2 : 314-60. – Текст : непосредственный.

8. 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.

9. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учеб. для вузов по специальности "Реклама" / Л. М. Дмитриева, Н. А. Анашкина, Ю. С. Бернадская [и др.] ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Экономистъ, 2006. – 638 с. : ил. – (Номо faber). – Глоссарий. – Прил. – ISBN 5-98118-159-1 : 448-00. – Текст : непосредственный.

10. Справочник современного дизайнера / Л. Р. Маилян, Т. А. Самко, Э. В. Болобан [и др.] ; под общ. ред. Л. Р. Маиляна. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2014. – 431 с. : ил. – (Справочник). – ISBN 978-5-222-21504-3 : 171-75. – Текст : непосредственный.

11. Уайт, Я. В. Редактируем дизайном. Классическое руководство: как завоевать внимание читателей : для дизайнеров, арт-дир. и ред. / Я. В. Уайт ; [пер. с англ. Е. М. Фотьянова]. - 2-е изд., стер. - Москва : Шк. изд. и медиа бизнеса, 2011. - 244 с. : ил., табл. - (Практический дизайн). - Прил. - Указ. терминов. - ISBN 978-5-4160-0009-7 : 609-00. - Текст : непосредственный.

12. Ягодкина, М. В. Реклама в коммуникационном процессе : учеб.-метод. пособие для вузов по направлению "Пед. образование" / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская. - Санкт-Петербург : Питер, 2014. - 304 с. : ил., табл. - (Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения). - ISBN 978-5-496-00398-8 : 576-00. - 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: 03.12.2021). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт / ЗАО «КонсультантПлюс». – Москва, 1992 - . - URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 03.12.2021). - Текст : электронный.

3. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010 - . - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения 03.12.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

4. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011 - . - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения 03.12.2021). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011 - . - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения 03.12.2021). - 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. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/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 аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Дифференцированный зачет	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 с 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
Выполнение практических заданий №1-7.	7	13	91
<i>Творческий рейтинг (участие в конференциях, олимпиадах и т.п.)</i>	1	9	9
Итого по дисциплине			100 баллов

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

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

9.2.1. Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Практическое занятие № 1. «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»

Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля для дизайнера». 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, визуальный образ главной страницы сайта.

Практическое занятие № 4. «Средства распространения рекламы»

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.

Практическое занятие № 5. «Эффективность рекламы»

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: дифференцированный зачет (по результатам накопительного рейтинга).

Перечень вопросов для подготовки к дифференцированному зачету (ОПК-5, ИОПК-5.1., ИОПК-5.2., ИОПК-5.3.):

6 семестр

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.

7 семестр

1. Вербальные элементы рекламы
2. Визуальные элементы рекламы
3. Реклама и телевидение
4. Наружная реклама
5. Реклама и интернет
6. Критерии выбора средства распространения рекламы
7. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов
8. Подходы для оценки эффективности рекламы