

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»



**Рабочая программа дисциплины
Рекламная деятельность**

направление 44.03.01 Педагогическое образование
направленность (профиль) 44.03.01.14 Изобразительное искусство

Для набора 2017. 2018 гг.

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА педагогики дошкольного, начального и дополнительного образования

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	6	6	6	6
Итого ауд.	10	10	10	10
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	125	125	125	125
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 30.08.2021 протокол № 1.

Программу составил(и): канд. пед. наук, Доц., Смолина Т. В. Смф; ст. преп., Лукьянова В.Ю. Л

Зав. кафедрой: Кревсун М. В. мф

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	теоретическая и практическая подготовка бакалавров к изобразительной и педагогической деятельности в области художественного образования.
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СК-5:готовностью к самостоятельной художественно-творческой деятельности в области изобразительного и декоративно-прикладного искусства, дизайна и компьютерной графики
СК-4:готовностью реализовывать изобразительные навыки в работе над композицией в живописи, графике, декоративно-прикладном искусстве, дизайне
СК-2:владением инструментарием, методами, приемами и практическими навыками работы в изобразительном и декоративно-прикладном искусстве (по видам), дизайне и компьютерной графике
ПК-4:способностью использовать возможности образовательной среды для достижения личностных, метапредметных и предметных результатов обучения и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса средствами преподаваемого учебного предмета

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:
основы проектирования в области рекламной деятельности; основы просвещенческой деятельности; критерии разработки визуальных коммуникаций; возможности образовательной среды в области рекламы.
Уметь:
применять закономерности и приемы графического дизайна при выполнении рекламных макетов; использовать современные материалы и технологии обработки при создании рекламных проектов; анализировать произведения различных жанров, стилей, стилевых направлений и форм; применять закономерности и приемы композиции при выполнении рекламных проектов; работать в соответствии с нормативно-правовыми актами сферы образования.
Владеть:
Владеть профессиональными навыками создания изделия для экспозиции в интерьерной и экстерьерной среде; приемами передачи художественного опыта в образовательном учреждении; навыками работы над проектами рекламной продукции, навыками создания текстов и разработки дизайна печатной рекламы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Введение в рекламную деятельность				
1.1	Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. История и теория рекламы. /Лек/	4	2	СК-2 СК-4 ПК-4	Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.4 Э1
1.2	Содержание рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д /Ср/	4	50	СК-5	Л1.2 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.4 Э1
	Раздел 2. Графический дизайн - как основной инструмент рекламы.				
2.1	Определение графического дизайна. Классификация графического дизайна. Этапы развития графического дизайна. Роль композиции в графическом дизайне. Средства композиции.Фирменный стиль в рекламе. Функции и элементы фирменного стиля.Задачи иллюстрирования в рекламе. Место иллюстрации в объявлении. Шрифт в рекламе. /Лек/	4	2	ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1

2.2	Разработка основных элементов фирменного стиля. /Пр/	4	2	СК-2 СК-4	Л1.1 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1
2.3	Разработать открытый и закрытый тип композиций объявления в соответствии с правилами и законами композиции графического дизайна. /Пр/	4	2	СК-2 СК-4	Л1.1 Л1.4 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1
2.4	Работа над шрифтом для различных видов рекламы /Пр/	4	2	СК-2 СК-4	Л1.1 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1
2.5	- История полиграфии. - Истоки прикладного художественно-графического творчества. - Искусство плаката. Плакат – символ общества. А. Тулуз-Лотрек и А. Муха. - Неорусский стиль. В. Васнецов. И. Билибин. /Ср/	4	24	СК-5	Л1.1 Л1.3 Л1.6Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1
2.6	- Макет. Сетка – опорная структура страницы. - Виды полиграфических сеток. Особенности применения сетки при макетировании газеты, журнала, буклета. - Дизайн книги. - Разработка макетов журнальной, газетной, книжной страниц с использованием полиграфических сеток. - Рекламный плакат. Разработка макета /Ср/	4	25	СК-5	Л1.1 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1
2.7	Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов. /Ср/	4	26	СК-5	Л1.1 Л1.6 Л1.7 Л1.8Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Л3.4 Э1
2.8	/Экзамен/	4	9	СК-2 СК-4 СК-5 ПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Шарков Ф. И.	Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2020	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Паршукова Г. Б.	Реклама в коммуникационном процессе: учебно-методическое пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228836 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Плиский Н. Н.	Реклама. Ее значение, происхождение и история. Примеры рекламирования	Санкт-Петербург: б.и., 1894	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233816 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Шмалько И. С., Цыганков В. А.	Основы композиции в графическом дизайне	Москва: ООО "Сам Полиграфист", 2013	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=488292 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Арбатский И. В.	Шрифт и массмедиа: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по программам магистерской подготовки по направлениям "Дизайн", "Дизайн архитектурной среды", "Градостроительство": учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496976 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Сайкин Е. А.	Основы дизайна: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575026 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Корякина Г. М., Бондарчук С. А.	Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: учебное пособие	Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.8	Шафрай А. В.	Графические редакторы дизайнера: учебное пособие	Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600400 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
5.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Шпаковский В. О., Егорова Е. С.	PR-дизайн и PR-продвижение: учебное пособие	Москва Вологда: Инфра-Инженерия, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Петроски Г.	Успех через провал: парадокс дизайна: научно-популярное издание	Москва: Дело, 2020	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577825 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Голлербах Э. Ф.	Графика Б.М. Кустодиева	Санкт-Петербург: Лань, 2013	http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_cid=25&pl1_id=32108 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1	Марусева И. В.	Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование): монография	Москва/Берлин: Директ-Медиа, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2	Османкина Г. Ю.	Социокультурная эволюция прямой линии в искусстве и дизайне: прошлое и настоящее: монография	Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493423 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л3	Пестерева З. М., Худякова Н. В.	Плакат для общественного мероприятия: учебно-методическое пособие для студентов по дисциплине «Дизайн-проектирование»: учебно-методическое пособие	Екатеринбург: Уральский государственный архитектурно-художественный университет (УрГАХУ), 2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573485 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л4	Флюссер В.	О положении вещей. Малая философия дизайна: публицистика	Москва: Ад Маргинем Пресс, 2016	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=594461 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Федеральный ресурсный информационно-аналитический центр художественного образования

<http://rfartcenter.ru/metodicheskaya-podderzhka/katalog-internet-resurov-dlya-obrazov/>

5.4. Перечень программного обеспечения

MS Visual Studio 2008 Express Edition

Microsoft Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-4: способностью использовать возможности образовательной среды для достижения личностных, метапредметных и предметных результатов обучения и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса средствами преподаваемого учебного предмета			
Знать: отдельные признаки понятий: «образовательная среда», «образовательные результаты» (личностные, метапредметные, предметные), «планируемые результаты», «целевые ориентиры»; отдельные признаки качества учебно-воспитательного процесса; отдельные технологии достижения образовательных результатов (личностные, метапредметные, предметные) средствами декоративной композиции; отдельные составляющие системы оценки образовательных результатов (личностные, метапредметные, предметные) в рамках декоративной композиции; отдельные методы и формы коррекционноразвивающей работы для достижения личностных, метапредметных и предметных результатов средствами преподаваемой рекламной деятельности	Выполнение тестового задания Изучение, поиск и сбор необходимой информации Написание и устная защита реферата	Правильное выполнение тестового задания Полное, развернутое, грамотное и логическое изложение вопроса,	Тест Р 3
Уметь: анализировать, проектировать, реализовывать отдельные элементы средств и технологий достижения личностных, метапредметных и предметных результатов и	Выполнение тестового задания Написание и устная защита реферата	Правильное выполнение тестового задания Полное, развернутое, грамотное и логическое изложение	Тест Р 3

их оценки в рамках учебного предмета; проектировать отдельные составляющие образовательной среды по достижению личностных, метапредметных и предметных результатов, их оценке и коррекционноразвивающей работы, и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса средствами преподаваемого учебного предмета;	Изучение, поиск и сбор необходимой информации	вопроса,	
Владеть: опытом анализа и создания отдельных элементов образовательной среды для достижения личностных, метапредметных и предметных результатов и обеспечения качества учебно-воспитательного процесса средствами преподаваемого учебного предмета, отдельными элементами методов и приемов, технологий достижения личностных, метапредметных и предметных результатов	Выполнение творческого задания Написание и устная защита реферата	полное выполнение учебно-творческих задач.	3
СК-2: владеет инструментарием, методами, приемами и практическими навыками работы в изобразительном и декоративно-прикладном искусстве (по видам), дизайне и компьютерной графике			
Знать: методы декоративного изображения, виды инструментария В процессе работы над проектами в области рекламной деятельности	Выполнение тестового задания Изучение, поиск и сбор необходимой информации	Правильное выполнение тестового задания Полное, развернутое, грамотное и логическое изложение вопроса,	Тест Р 3
Уметь: использовать разнообразные приемы декоративной обработки материалов в практической и творческой работе	Выполнение творческого задания	полное выполнение учебно-творческих задач.	3
Владеть: навыками работы различными декоративными материалами.	Выполнение творческого задания	полное выполнение учебно-творческих задач.	Контрольный просмотр

СК-4: готов реализовывать изобразительные навыки в работе над композицией в живописи, графике, декоративно-прикладном искусстве, дизайне			
Знать: основы изобразительной грамоты в области рекламной деятельности	Выполнение тестового задания Написание и устная защита реферата Изучение, поиск и сбор необходимой информации	Правильное выполнение тестового задания Полное, развернутое, грамотное и логическое изложение вопроса,	Тест 3
Уметь: реализовывать на практике изобразительные навыки в области рекламной деятельности	Выполнение творческого задания	полное выполнение учебно-творческих задач.	3
Владеть: навыками изобразительной грамоты в области рекламной деятельности	Выполнение творческого задания	полное выполнение учебно-творческих задач.	3
СК-5: готов к самостоятельной художественно-творческой деятельности в области изобразительного и декоративно-прикладного искусства, дизайна и компьютерной графики			
Знать: основы понимания процесса творчества в рекламной деятельности	Выполнение тестового задания Написание и устная защита реферата Изучение, поиск и сбор необходимой информации	Правильное выполнение тестового задания Полное, развернутое, грамотное и логическое изложение вопроса,	Тест Р 3
Уметь: самостоятельно подбирать необходимые изобразительные средства для решения творческих задач в области рекламной деятельности	Выполнение творческого задания	полное выполнение учебно-творческих задач.	3 Р
Владеть: навыками самостоятельной художественно-творческой деятельности в области рекламной деятельности	Выполнение творческого задания	полное выполнение учебно-творческих задач.	3

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

84-100 баллов зачет (оценка «отлично»)

67-83 баллов зачет (оценка «хорошо»)

Примечание [ТБТ1]: По формам обучения

50-66 баллов зачет (оценка «удовлетворительно»)
0-49 баллов незачет (оценка «неудовлетворительно»)

Примечание [ТБТ2]: Если экзамен

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ
ВОПРОСЫ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА

1. Дизайн и его определения.
2. Дизайн как составной элемент культуры.
3. Дизайн и его продукты.
4. Различные подходы к определению истории дизайна.
5. Изменения в трактовке дизайна в середине XX века.
6. Дизайн и Культура. Дизайн и Цивилизация.
7. Использование в дизайне «культурного образца».
8. Предметно-пространственная среда как результат труда ремесленника-мастера.
9. Дизайн и деятельность художника, архитектора.
10. Вещь и ее структурные особенности.
11. Инструментальные и знаковые функции вещи.
12. Машинный труд и изменение предметно-пространственной среды человека.
13. Промышленный подъем и изменение предметно-пространственного окружения человека.
14. Дизайн и его связь с переходом от ремесленного к промышленному производству.
15. Объекты промышленного дизайна и их особенности.
16. Материальная культура Древнего Египта.
17. Ремесло в эпоху Средневековья.
18. Развитие ремесла, науки и техники в эпоху Возрождения.
19. Стили в европейском искусстве 18 века. Барокко и рококо.
20. Развитие ремесла и декоративно-прикладного искусства в России 10-18 вв.
21. Специфика художественного проектирования в условиях мануфактурного производства.
22. Начало технической революции. Зарождение промышленного производства и проблемы формообразования.
23. Первые российские промышленные выставки. Участие России в международных промышленных выставках.
24. Промышленные выставки 19 в. И их вклад в развитие дизайна.
25. Художественно-промышленные училища в России. Строгановское училище.
26. Виды деятельности профессионального дизайнера.
27. Проблемы формообразования в предметно-пространственной среде на рубеже 19-20 вв.
28. Теория и практика в творчестве У. Морриса.
29. Стил модерн.
30. Конструктивизм и функционализм.
31. Школы промышленного конструирования в начале 20 в.
32. Немецкий Веркбунд.
33. Баухауз: разработка принципов формообразования промышленной продукции.
34. Создание ВХУТЕМАСа, его роль в разработке принципов промышленного искусства в СССР в 1920-1930-е гг.
35. Пионеры советского дизайна.
36. Предпосылки возникновения промышленного дизайна в США.
37. Развитие дизайна в США после Второй мировой войны.
38. Европейские школы дизайна и их отличия от американских.
39. Основные принципы коммерческого дизайна.
40. Р. Лоуи – пионер коммерческого дизайна.
41. Высшая школа формообразования в Ульме: новая концепция дизайн-образования.
42. Идеальная характеристика профессионального дизайнера.
43. Особенности дизайнерского мышления.
44. Дизайн и проектная практика.
45. Дизайн: прогноз и проект.

46. Образ художественный и образ проектный.
47. Особенности развития дизайна в Германии после Второй мировой войны.
48. Особенности развития дизайна во Франции после Второй мировой войны.
49. Особенности развития дизайна в Англии после Второй мировой войны.
50. Особенности развития дизайна в Италии после Второй мировой войны.

Максимальное количество баллов – 100 баллов.

84-100 баллов зачет (оценка «отлично») – студент в полном объеме ответил на все вопросы билета, в полном объеме и аккуратно выполнил творческие задания. Проекты отличаются новизной, творчески решены все задачи проекта.

67-83 баллов зачет (оценка «хорошо») – студент частично ответил на вопросы, творческие проекты выполнены в полном объеме, но отсутствует креативность решения.

50-66 баллов зачет (оценка «удовлетворительно») – студент частично ответил на вопросы, творческий проект носит незавершенный характер.

0-49 баллов незачет (оценка «неудовлетворительно») – студент не смог ответить на вопросы, творческий проект носит незавершенный характер либо не выполнен.

Примечание [ТВТЗ]: Если экзамен

Текущий контроль
(максимальное количество баллов – 100)

Практическая работа №1 (раздел 2)

Разработка основных элементов фирменного стиля.

Практическая работа №2 (раздел 2)

Разработать объявление в соответствии с диагональю чтения, оптическим центром и рассмотреть возможные варианты расположения иллюстрации и текста.

Практическая работа №3 (раздел 2)

Разработать открытый и закрытый тип композиций объявления в соответствии с правилами и законами композиции графического дизайна.

Практическая работа №4 (раздел 2)

Работа над шрифтом для различных видов рекламы

Критерии оценивания

Максимальное количество баллов на 1 творческую работу – 10 баллов (40 баллов)

10-8 баллов – студент грамотно и в полном объеме решил художественно-творческие задачи. Работа выполнена аккуратно. Все этапы работы согласованы с преподавателем в процессе практических занятий.

7-5 баллов – студент в полном объеме либо частично решил художественно-творческие задачи. Работа выполнена аккуратно. Этапы работы не согласованы с преподавателем в процессе практических занятий.

4-3 балла – студент частично решил художественно-творческие задачи. Работа выполнена неаккуратно. Этапы работы не согласованы с преподавателем в процессе практических занятий.

2-1 балл – студент не решил творческие задачи, работа выполнена неаккуратно.

0 баллов – студент не выполнил работу

Список тем для реферата

Необходимо подготовить два реферата.

1. Фирменный стиль в рекламе
2. Проблемы классификации рекламных средств.
3. Стилизация рекламного обращения как средство формирования имиджа фирмы.
4. технология разработки текстов для рекламы в СМИ.
5. История развития и эволюция рекламы.
6. Имиджевая реклама и ее составляющие.
7. Значение цвета в рекламе.
8. Шрифт в рекламе. Виды шрифтов.
9. Роль и место рекламы в прессе. Ее виды.

10. Основные характеристики печатных средств массовой информации.
11. Содержание и оформление рекламного объявления.
12. Реклама на выставках. Цели и задачи участия в выставках.
13. Шрифтовая композиция
14. История полиграфии
15. Истоки прикладного художественно-графического творчества
16. Искусство плаката. Плакат – символ общества
17. Элементы печатной рекламы
18. Особенности восприятия рекламы
19. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения
20. Проектная деятельность в творчестве дизайнера
21. Реклама как особая область дизайнерского творчества
22. Разновидности рекламы
23. Визуальные коммуникации в рекламе
24. Вопросы коммуникационной среды и их решение в рекламном продукте
25. Критерии разработки визуальных коммуникаций
26. Особенности печатной рекламы
27. Проблема стиля и стилизации в рекламе
28. Стили в рекламе 20 века

Критерии оценивания реферата

Максимальное количество баллов для 1 реферата – 10 баллов (максимально- 20)

10-8 баллов - выставляется студенту, если студент выполнил все требования, которые предъявляются к написанию всех частей реферата (введение, основная часть, заключение, список источников и литературы), продемонстрировал хорошие знания теоретических аспектов рассматриваемых вопросов, предоставил необходимое количество иллюстрационного материала; устно защитил реферат (в течение практического занятия)

7-5 баллов – выставляется студенту, если студент выполнил все требования, которые предъявляются к написанию всех частей реферата (введение, основная часть, заключение, список источников и литературы), продемонстрировал достаточные знания теоретических аспектов рассматриваемых вопросов, предоставил иллюстрационный материал в неполном объеме; реферат сдан без устной защиты.

4-3 балла – выставляется студенту, если студент частично выполнил все требования, которые предъявляются к написанию всех частей реферата (введение, основная часть, заключение, список источников и литературы), продемонстрировал удовлетворительные знания теоретических аспектов рассматриваемых вопросов, предоставил иллюстрационный материал в неполном объеме; реферат сдан без устной защиты.

2-1 балла – выставляется студенту, если студент частично выполнил все требования, которые предъявляются к написанию всех частей реферата (введение, основная часть, заключение, список источников и литературы), продемонстрировал неполные знания теоретических аспектов рассматриваемых вопросов, иллюстрационный материал не предоставлен, реферат сдан без устной защиты.

Тест (письменно)

Необходимо выбрать 1 правильный ответ

1. Предметом технической эстетики является

- А) Законы и нормативные акты разработки нового вида продукции
- Б) Изучение эстетических аспектов формирования среды жизнедеятельности человека
- В) Изучение окружающей среды

2. Эргономика изучает

- А) Функциональное состояние
- Б) Деятельность человека или группы людей в условиях современного производства, быта, досуга
- В) Все ответы правильные

3. Основными объектами исследования эргономики является

- А) Системы «человек — изделие — среда»
- Б) Системы «человек — внешняя среда».
- В) Системы «человек — изделие — внутренняя среда».

4. Главная цель дизайна

- А) Облегчить взаимодействие человека с изделием
- Б) Способствовать созданию комфортных условий для физической и умственной деятельности
- В) Все ответы верны

5. Основными условиями рационального художественного конструирования является

- А) Системный анализ и приспособления дизайн-объектов окружающей среды
- Б) Внешний вид дизайн-объектов
- В) Рациональное использование дизайн-объектов

6. Главными объектами рыночных исследований является

- А) Внешнюю и внутреннюю среду организации
- Б) Продавцы и потребители
- В) Потенциал и мистикость рынка; потребители; конкуренты; товар.

7. Технологическая инновация

- А) Создает новую продукцию
- Б) Создает новую модификацию продукта
- В) Внедряет новую технологию

8. Что называют порядком достижения проектной цели с точки зрения методики дизайна:

- А) Это комплекс мер по достижению цели любыми средствами.
- Б) Решение поставленной перед дизайнером функционально-пространственной, технологической и художественной задачи.
- В) Включает несколько тесно взаимосвязанных разделов знания и комплекса работ, уточняющих порядок и последовательность проектных работ.

9. В чем сущность художественного метода в теории и практике искусства:

- А) Это система принципов, управляющих процессом создания произведений искусства, он вырабатывался каждым художником самостоятельно.
- Б) Это свобода мышления, ничем не ограниченной фантазии, высокая степень абстракции.
- В) Это принцип «образного отражения жизни» и «принцип эстетической оценки» всего сущего.

10. Логотип в графическом дизайне - это:

- а) любой графический товарный знак;
- б) рекламный девиз (слоган);
- в) словесный товарный знак.

11. В чем заключается методика дизайна с точки зрения требований современной науки.

- А) Она включает принципы и способы анализа проектных ситуаций, научного и художественного моделирования объекта и адекватные им правила создания проектных идей и концепций.
- Б) Методика дизайна может упорядочить и систематизировать конкретную деятельность дизайнера с позиций общей концепции дизайнера
- В) Методика дизайна может иметь широкий или, наоборот специализированный характер в зависимости от вида объекта
- Г) Не является соединением основополагающих принципов методов и средств решения, а является волевым процессом, включающим весь арсенал возможностей дизайнера.

12. какой вид дизайнерского творчества определяет хозяйственно-экономический потенциал страны?

- А) графический
- Б) индустриальный
- В) дизайн окружающей среды

13) знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предмета, явления, называется

- А) индекс
- Б) символ
- В) пиктограмма

14) знак, условно выражающий суть объекта, предмета, явления, называется

- А) индекс
- Б) символ
- В) пиктограмма

15. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы:

- а) композиция взаимосвязанна, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись;

- б) пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись;
- в) пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок;
- г) конструкция уравновешенна, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать.

16. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы:

- а) композиция взаимосвязанна, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись;
- б) пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись;
- в) пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок;
- г) конструкция уравновешенна, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать.
- в) заглавные, титульные, акцидентные;
- г) титульные, текстовые.

17 Текстовые шрифты - предназначенные для...

- а) печатания основного текста книг, журналов и газет;
- б) печатания заголовков и названия статей в книгах, газетах, журналах;
- в) печатания заметок и объявлений в газетах и журналах;
- г) работы над документами.

18 Шрифт - ...

- а) совокупность букв, цифр и знаков определенного рисунка и размера, служащая техническим средством воспроизведения речи на каком-либо языке.
- б) совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми;
- в) различные знаки и цифры, иероглифы используемые в общении людей;
- г) текстовые символы.

19. Фирменный стиль – ...

- а) оригинальное шрифтовое начертание наименования фирмы или группы ее товаров;
- б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
- в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
- г) информация о компании, которая транслируется через элементы «внешнего вида».

20 Визуальные коммуникации – ...

- а) комплекс указателей (вывесок, табличек и т. п.), обеспечивающих необходимой информацией помогающих потребителю ориентироваться;
- б) телевизионные рекламные ролики;
- в) указатели цены и качества, помогающие потребителю при покупке товара;
- г) телевизионные и радио ролики.

Критерии оценивания теста

Максимальное число баллов – 20

1 балл – правильный ответ

0 баллов – неправильный ответ

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в устном виде и с защитой творческого проекта. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3 (два теоретических и один включает портфолио творческих работ). Объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ

Приступая к изучению курса, необходимо осознать фундаментальность, глубину и сложность данного курса. Для наилучшего усвоения материала студент должен, прежде всего, посещать все лекционные и практические занятия. При подготовке к практическим занятиям студент готовит выступления согласно плану занятия.

На зачете проводится просмотр всех практических и творческих работ, выполненных в семестре, за каждую работу ставится балл. Также учитываются результаты теста и уровень защиты реферата.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПИСАНИЮ РЕФЕРАТА

При написании реферата используется программа Microsoft Office

Реферат – **письменная работа**, выполняемая обучающимся в течение длительного срока (от одной недели до месяца). Реферат это краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников. Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу.

Реферат отвечает на вопрос – что содержится в данной публикации (публикациях). **Однако реферат – не механический пересказ работы, а изложение ее сущности.**

В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

СТРУКТУРА РЕФЕРАТА

1. ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ.**2. ОГЛАВЛЕНИЕ.**

После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

3. ВВЕДЕНИЕ.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы. Обозначается актуальность проблемы, цель и задачи работы.

4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

5. **ЗАКЛЮЧЕНИЕ** содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

6. **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ** - здесь указывается реально использованная для написания реферата литература. Список составляется согласно правилам библиографического описания.

7. **ПРИЛОЖЕНИЕ** может включать графики, таблицы, расчеты.

Общие требования к оформлению текста: Максимальный объем страниц – 20. Иногда можно превысить данное количество, но при такой необходимости лучше переспросить у преподавателя. Размеры полей: правое – 10 мм, левое – 30 мм, а нижнее и верхнее по 20 мм. Страницы нумеруются сверху исключительно арабскими цифрами по центру. На титульном листе номер страницы не ставится, но учитывается. Шрифт текста – TimesNewRoman. Размер кегль – 14. Межстрочный интервал – 1,5, кроме титульной страницы. Выравнивание – по ширине. Расстановка переносов – авто. Пишется реферат на листе А4 исключительно на одной стороне листа. Таблицы, формулы и диаграммы вставляются только в том случае, если они действительно раскрывают тему и до максимума помогают сократить реферат. Приложения могут быть в том случае, если таблицы не поместились на лист А4.

