

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Направление и направленность (профиль)  
54.03.01 Дизайн. Цифровой дизайн

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Дизайн и рекламные технологии» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (утв. приказом Минобрнауки России от 13.08.2020г. №1015) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Вознесенская Т.В., доцент, Кафедра дизайна и технологий,  
Tatyana.Voznesenskaya@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры дизайна и технологий от 27.05.2024 , протокол № 7

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Клочко И.Л.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575737265
Номер транзакции	000000000D3EDD6
Владелец	Клочко И.Л.

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения учебной дисциплины является изучение языка рекламы для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна объектов рекламной продукции, понимание процессов в продвижении рекламы среди целевых групп и ее роль в экономике.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
			Код результата	Формулировка результата
54.03.01 «Дизайн» (Б-ДЗ)				

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущих уровнях образования. Начальный уровень владения графическими редакторами, знание шрифтовой графики, умение обрабатывать информацию. Владение компьютером в области работы с текстами и графикой

## 3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
54.03.01 Дизайн	ОФО	Б1.В	6	3	55	18	36	0	1	0	53	Э

## 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы

текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код ре- зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Введение в тему. Понятие рекламы. История развития. Понятие о целевые группах.	РД1	4	8	0	0	А1, А2, ПР, СРС
2	Виды современной рекламы. Производственная и потребительская реклама. Торговая реклама. Экспозиционные выставки. Городская реклама и навигация. Материалы и технологии изготовления	РД1	4	8	0	0	А1, А2, ПР, СРС
3	Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. Виды рекламы в интернете. Таргетированная реклама и новые цифровые технологии. Роль социальных сетей в рекламном бизнесе.		4	8	0	0	А1, А2, ПР, СРС, Э
4	Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайн-продукции.		6	12	0	0	
<b>Итого по таблице</b>			<b>18</b>	<b>36</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	

#### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

*Тема 1 Введение в тему. Понятие рекламы. История развития. Понятие о целевые группах.*

Содержание темы: Место рекламы в современной экономике. Цели рекламы, задачи рекламы, способы воздействия на потребителя. Основные психологические приемы при продвижении продукта. Особенности восприятия различными целевыми группами информации. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическая работа, СРС, тесты по пройденному материалу в ЭОС.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 2 Виды современной рекламы. Производственная и потребительская реклама. Торговая реклама. Экспозиционные выставки. Городская реклама и навигация. Материалы и технологии изготовления.*

Содержание темы: Особенности дизайна, технология изготовления, современные тенденции. Виды рекламной продукции в торговых точках. Торговая реклама. Конструктивная структура рекламы. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Свет и форма в дизайне рекламы. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическая работа, СРС, тесты по пройденному материалу в ЭОС.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 3 Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. Виды рекламы в интернете.*

*Таргетированная реклама и новые цифровые технологии. Роль социальных сетей в рекламном бизнесе.*

Содержание темы: Современные рекламные технологии .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическая работа, СРС, тесты по всему материалу в ЭОС.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

*Тема 4 Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайн-продукции.*

Содержание темы: Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. Оценки. Эмоциональность и субъективность восприятия. Контекст. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическая работа, СРС, экзамен в виде теста по всему материалу в ЭОС.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: .

## **5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы**

Творчество – дело тонкое и индивидуальное. Здесь невозможен единый чётко прописанный алгоритм движения к результату. Преподаватель, во-первых, должен создать обстановку безусловного доверия со стороны студента. Он должен поощрять все успешные шаги студента в поисках решений и, что особенно важно, любое самостоятельное творческое усилие. Чтобы разрешить затруднения, возникающие у студента в процессе работы, преподаватель должен гибко и быстро отыскать суть проблемы, показать наглядно и образно пути выхода из затруднений. Требуется дифференцировать и индивидуализировать методы работы применительно к каждому конкретному студенту. Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим.

При реализации основной образовательной программы используются технологии электронного обучения, основанные на сочетании очных занятий и целенаправленной и контролируемой самостоятельной работы обучающихся с размещаемыми в электронной образовательной среде Moodle электронными учебными курсами и иными электронными образовательными ресурсами.

Электронное обучение используется также при проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся.

### **5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением

тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

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

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

## **6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

## **7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1 Основная литература**

1. Гунина, Е. В. Компьютерные технологии в рекламе. Рекламный плакат в растровой графике : учебное пособие / Е. В. Гунина. — Санкт-Петербург : СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 86 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/279545> (дата обращения: 19.11.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Тимохович, А. Н., Креатив в рекламе : учебник / А. Н. Тимохович. — Москва : КноРус, 2025. — 216 с. — ISBN 978-5-406-14065-9. — URL: <https://book.ru/book/956558> (дата обращения: 14.11.2024). — Текст : электронный.

3. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. — 176 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1429047> (дата обращения: 18.11.2024)

### **7.2 Дополнительная литература**

1. Давтян, А. А., Психология рекламной деятельности : учебное пособие / А. А. Давтян. — Москва : КноРус, 2021. — 205 с. — ISBN 978-5-406-07308-7. — URL: <https://book.ru/book/939840> (дата обращения: 14.11.2024). — Текст : электронный.

2. Лашко, С. И. Международный бизнес: PR и рекламное дело : учебное пособие / С.И. Лашко, В.Ю. Сапрыкина. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 171 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI: <https://doi.org/10.12737/20217>. - ISBN 978-5-369-01589-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1353317> (дата обращения: 18.11.2024)

3. Рыжиков, С. Н., Маркетинг в рекламе + eПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2023. — 228 с. — ISBN 978-5-406-11146-8. — URL: <https://book.ru/book/948602> (дата обращения: 14.11.2024). — Текст : электронный.

### **7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
2. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
3. Электронно-библиотечная система "ЛАНЬ"
4. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
5. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
6. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

## **8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

### Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор
- Машина переплетная Wiremac 31 TW
- Мульт. медийный комплект № 2: Проектор Panasonic PT-LX26HE, потолочное крепление Tuarex Corsa, клеммный модуль Kramer WX -1N, коннектор VGA, экран Lumien Escopicture
- Мультимедийный проектор №3 Casio XJ-M146
- МФУ №1 Xerox VersaLink C7020
- Облачный монитор LG Electronics черный +клавиатура+мышь
- Обрезчик углов AD-1 R6 мм настольный
- Резак гильотинный KW-triO 3947
- Рулонный ламинатор Grafalex FM 360
- Шкаф -купе
- Электрический степлер Grafalex 106

### Программное обеспечение:

- Adobe Illustrator CS5 Russian
- Adobe Photoshop CS5
- CorelDRAW Graphics Suite

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля  
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Направление и направленность (профиль)

54.03.01 Дизайн. Цифровой дизайн

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2024



## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
54.03.01 «Дизайн» (Б-ДЗ)		

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

## 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС		
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения				
РД1	Знание : ПКВ-3 : Способов проектировать корпоративную айдентику и системы визуальной коммуникации;	1.1. Введение в тему. Понятие рекламы. История развития. Понятие о целевых группах.	Разноуровневые задачи и задания	Разноуровневые задачи и задания
			Разноуровневые задачи и задания	Тест
			Тест	Разноуровневые задачи и задания
			Тест	Тест
	1.2. Виды современной рекламы. Производственная и потребительская реклама. Торговая реклама. Экспозиционные выставки. Городская реклама и навигация. Материалы и технологии изготовления	Разноуровневые задачи и задания	Разноуровневые задачи и задания	
		Разноуровневые задачи и задания	Тест	
		Тест	Разноуровневые задачи и задания	
		Тест	Тест	

РД9	Навык : ПКВ-2 : Способ ен проектировать и кон- струировать в соответст- вии с функциональными, эстетическими, констру- ктивно-техническими, э- кономическими и други- ми требованиями, норма- тивами и законодательст- вом Российской Федера- ции;	1.3. Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. В иды рекламы в интернет е. Таргетированная рекл- ама и новые цифровые т ехнологии. Роль социал- ьных сетей в рекламном бизнесе.	Разноуровневые за- дачи и задания	Лабораторная рабо- та
РД10	Навык : ПКВ-2 : Способ ен проектировать и кон- струировать в соответст- вии с функциональными, эстетическими, констру- ктивно-техническими, э- кономическими и други- ми требованиями, норма- тивами и законодательст- вом Российской Федера- ции;	1.3. Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. В иды рекламы в интернет е. Таргетированная рекл- ама и новые цифровые т ехнологии. Роль социал- ьных сетей в рекламном бизнесе.	Разноуровневые за- дачи и задания	Тест
РД11	Навык : ПКВ-2 : Способ ен проектировать и кон- струировать в соответст- вии с функциональными, эстетическими, констру- ктивно-техническими, э- кономическими и други- ми требованиями, норма- тивами и законодательст- вом Российской Федера- ции;	1.3. Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. В иды рекламы в интернет е. Таргетированная рекл- ама и новые цифровые т ехнологии. Роль социал- ьных сетей в рекламном бизнесе.	Тест	Лабораторная рабо- та
РД12	Навык : ПКВ-2 : Способ ен проектировать и кон- струировать в соответст- вии с функциональными, эстетическими, констру- ктивно-техническими, э- кономическими и други- ми требованиями, норма- тивами и законодательст- вом Российской Федера- ции;	1.3. Интернет-реклама. Понятие UX-дизайна. В иды рекламы в интернет е. Таргетированная рекл- ама и новые цифровые т ехнологии. Роль социал- ьных сетей в рекламном бизнесе.	Тест	Тест
РД13	Умение : ПКВ-3.2к : Пр- оектирует системы визу- альной коммуникации у- читывая корпоративный стиль	1.4. Печатная реклама. Виды печатной реклам- ной продукции. Специаль- ные виды печати и изгот- овление рекламной про- дукции. Технологическ ие процессы и требован- ия к рабочим макетам д изайн-продукции.	Тест	Тест
РД14	Умение : ПКВ-3.2к : Пр- оектирует системы визу- альной коммуникации у- читывая корпоративный стиль	1.4. Печатная реклама. Виды печатной реклам- ной продукции. Специаль- ные виды печати и изгот- овление рекламной про- дукции. Технологическ ие процессы и требован- ия к рабочим макетам д изайн-продукции.	Тест	Экзамен в письмен- ной форме

РД15	Умение : ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	1.4. Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайна-продукции.	Тест	защита проекта
РД16	Умение : ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	1.4. Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайна-продукции.	защита проекта	Тест
РД17	Умение : ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	1.4. Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайна-продукции.	защита проекта	Экзамен в письменной форме
РД18	Умение : ПКВ-3.2к : Проектирует системы визуальной коммуникации учитывая корпоративный стиль	1.4. Печатная реклама. Виды печатной рекламной продукции. Специальные виды печати и изготовление рекламной продукции. Технологические процессы и требования к рабочим макетам дизайна-продукции.	защита проекта	защита проекта

#### 4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Контрольное тестирование студенты проходят по завершению изучения теоретической части дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» по всем темам лекционных занятий. Тесты размещены в системе MOODLE и отражаются в личном кабинете студента в назначенное для тестирования время. Тестирование представляет собой систему стандартизированных заданий, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тестовые задания построены таким образом, что дает студенту возможность выбора правильного из нескольких предложенных вариантов ответов. При подготовке к контрольному тестированию студенты активно используют материалы лекционных занятий, презентационные материалы, электронные базы данных и различные электронные ресурсы. Задания формируют последовательность знаний и умений, необходимых для дальнейшей учебы и работы.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство		
	Практическое задание	Итоговый тест	Итого
Практическая работа 1	30		30

Практическая работа 2	30		30
Тест 1		10	10
Тест 2		10	10
Итоговый тест		20	20
Итого			100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

По результатам освоения теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях. Контроль осуществляется тестированием:

Оценка	Баллы	Описание
5	35–40	Теоретические знания освоены в полном объеме. Студент демонстрирует уверенное понимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 95 % правильных ответов.
4	21–35	Теоретические знания освоены в полном объеме. Студент демонстрирует понимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, владеет профессиональной терминологией, но имеет незначительные погрешности и неточности. При прохождении тестов демонстрирует 75 и более процентов правильных ответов.
3	11–20	Теоретические знания не освоены в полном объеме. Студент демонстрирует понимание основных технологических процессов изготовления рекламного продукта. Не владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, не владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 60% правильных ответов.
2	4–10	Теоретические знания не освоены. Студент демонстрирует непонимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Не владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, не владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 50 и менее % правильных ответов.

По результатам практической работы:

Оценка	Баллы	Описание
5	60–51	Практическая работа выполнена в достаточном объеме, в правильном расширении электронных материалов, профессионально оформлена. Слайды логически выстроены. Иллюстрационные материалы представлены в полном объеме. Материалы выстроены по сетке, технологические параметры соблюдены и соответствуют требованиям производства. Итоги работы представлены в виде электронного файла и цветной постраничной распечатки готового издания, закомпонованного на лист формата А3.
4	50–36	Практическая работа выполнена в достаточном объеме, в правильном расширении электронных материалов, профессионально оформлена. Слайды логически выстроены. Иллюстрационные материалы представлены в полном объеме. Материалы выстроены по сетке, технологические параметры соблюдены и соответствуют требованиям производства. Имеются незначительные ошибки выравнивания или обработки иллюстраций. Итоги работы представлены в виде электронного файла и цветной постраничной распечатки готового издания, закомпонованного на лист формата А3.
3	35–21	Практическая работа выполнена в недостаточном объеме, в правильном расширении электронных материалов, профессионально не оформлена. Слайды логически выстроены. Иллюстрационные материалы представлены в неполном объеме. Материалы выстроены не по сетке, технологические параметры соблюдены и соответствуют требованиям производства. Итоги работы представлены в виде электронного файла и цветной постраничной распечатки готового издания, закомпонованного на лист формата А3.
2	20–5	Практическая работа выполнена в недостаточном объеме, в неправильном расширении электронных материалов, не оформлена. Иллюстрационные материалы не представлены в полном объеме. Материалы не выстроены по сетке, технологические параметры не соблюдены и не соответствуют требованиям производства. Итоги работы не представлены.

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
----------------------------	------------------------------------	--

от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

## 5 Примерные оценочные средства

### 5.1 Итоговый тест

Примерные темы вопросов контрольного теста: Каковы функции рекламы? Определение целевой группы. Виды рекламы. Таргетированная реклама. Интернет-реклама. На каком этапе происходит определение проблемы и задачи рекламного обращения? На основе чего строится креативный процесс? Каким образом имидж влияет на дизайн рекламного обращения в прессе? Что такое брэнд? Каковы основные этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях его существования? Что является обязательным условием функционирования товарного знака? Какие структурные элементы рекламного обращения способствуют переводу непроизвольного внимания реципиента в осознанное? Каков принцип работы таргетированной рекламы? Каковы основные характеристики и свойства материалов, применяемых в наружной рекламе в настоящее время? Кто готовит оригинал-макет? Входит ли это в обязанности рекламного отдела редакции и как в таком случае эта работа оплачивается? Какие обязательные требования предъявляются к оригинал-макету, выполненному вами: вид сдачи (электронный файл, распечатка, иллюстрации), расширение (для файла)? Какой срок сдачи оригинал-макета или текста в редакцию? Каковы основные этапы согласования наружной рекламы в официальном порядке в органах городского управления и основные требования, предъявляемые к документам, необходимым для разрешения? Как увеличить реальную эффективность рекламного баннера? Какие факторы учитываются при разработке концепции информационного наполнения сайта? Что относится к элементам навигации на сайте?

#### *Краткие методические указания*

Итоговый тест размещен в системе MOODLE, отображается в личном кабинете студента. Крайний срок сдачи устанавливается преподавателем - не позднее последнего занятия по дисциплине по расписанию. Отсутствие пройденного теста влечет за собой не аттестацию студента по дисциплине. Для успешного прохождения итогового теста требуется изучить материал всех лекций дисциплины и основных источников электронных ресурсов, рекомендованных программой

#### *Шкала оценки*

Максимальная оценка за итоговый тест - 20 баллов. Тест считается сданным в случае набора студентом 12 баллов

Оценка	Баллы	Описание
--------	-------	----------

5	18–20	Теоретические знания освоены в полном объеме. Студент демонстрирует уверенное понимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 95 % правильных ответов.
4	16–17	Теоретические знания освоены в полном объеме. Студент демонстрирует понимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, владеет профессиональной терминологией, но имеет незначительные погрешности и неточности. При прохождении тестов демонстрирует 75 и более процентов правильных ответов.
3	12–15	Теоретические знания не освоены в полном объеме. Студент демонстрирует понимание основных технологических процессов изготовления рекламного продукта. Не владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, не владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 60% правильных ответов.
2	4–11	Теоретические знания не освоены. Студент демонстрирует непонимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Не владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, не владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 50 и менее % правильных ответов.

## 5.2 Примеры тестовых заданий

Примерные вопросы: Психология рекламы, учет психологических особенностей различных целевых аудиторий. Функции рекламы. Виды рекламы. Составляющие ее компоненты. Роль невербальных средств в рекламной деятельности. Пределы восприятия человеком графической информации. Психологическое воздействие цвета на зрителя. Ассортимент рекламной продукции. Торговая реклама. Роль бренда в рекламной стратегии. Городская среда и реклама. Интернет-реклама. Таргетированная реклама. UX-дизайн. Учет сформированных устойчивых моделей поведения потребителя. Сколько стоит публикация рекламного обращения форматом 1/4 (для журнала) или 1/8 (для газеты формата А3) Какие скидки предусмотрены для многократных публикаций и с какого момента они действуют? Как влияет место публикации на расценки? Можно ли заказать определенную полосу и определенное место? Как влияет красочность рекламы на ее стоимость? Кто готовит оригинал-макет? Входит ли это в обязанности рекламного отдела редакции и как в таком случае эта работа оплачивается? Какие обязательные требования предъявляются к оригинал-макету, выполненному вами: вид сдачи (дискета, распечатка, иллюстрации), расширение (для файла)? Какой срок сдачи оригинал-макета или текста в редакцию? Каковы основные этапы согласования наружной рекламы в официальном порядке в органах городского управления и основные требования, предъявляемые к документам, необходимым для разрешения?

### *Краткие методические указания*

Тест расположен в системе MOODLE. Тест промежуточный, проводится в течении прохождения дисциплины после изучения каждой темы. Для успешного прохождения теста требуется изучить теоретический материал по лекциям данной темы.

### *Шкала оценки*

Тест 1. 2. - максимально возможная оценка 10 баллов за каждый тест.

9 - 10 баллов - Теоретические знания освоены в полном объеме. Студент демонстрирует уверенное понимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 95 % правильных ответов.

7 - 8 баллов - Теоретические знания освоены в полном объеме. Студент демонстрирует понимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, владеет профессиональной терминологией, но имеет незначительные погрешности и неточности. При прохождении тестов демонстрирует 75 и более процентов правильных ответов.

6 баллов - Теоретические знания не освоены в полном объеме. Студент демонстрирует понимание основных технологических процессов изготовления рекламного продукта. Не владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, не владеет

профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 60% правильных ответов.

5 и менее баллов - Теоретические знания не освоены. Студент демонстрирует непонимание технологических процессов изготовления рекламного продукта. Не владеет алгоритмом организации работы в дизайн-проектировании, не владеет профессиональной терминологией. При прохождении тестов демонстрирует 50 и менее % правильных ответов.

### **5.3 Пример разноуровневых задач и заданий**

#### **Практическая работа 1. Создание многостраничного многокрасочного полиграфического издания.**

Первый этап - эскизирование. Создание и расчет модульной сетки, подбор текстового материала, создание комплекта иллюстраций. Создание обложки. Расчет макета страницы, постоянные и переменные элементы. Формирование содержания. Обработка изображений. второй этап - Верстка издания. Применение эффектов для специальной печати в оформлении обложки или внутренних страниц издания.

#### **Практическая работа 2. Создание группы цифровых рекламных баннеров для размещения в социальных сетях.**

Поиск идеи. Выбор целевой группы. Эскизирование. Создание и расчет модульной сетки баннера, подбор текстового и отрисовка графического материала, создание комплекта иллюстраций. Создание файлов с расширением, соответствующим выбранной социальной сети. Формирование последовательного содержания. Обработка изображений. Применение эффектов.

##### *Краткие методические указания*

Задание выполняется на практических занятиях. Для успешного выполнения требуется разработать схему издания, задать правильные технические параметры, создать макет-шаблон страниц и наполнить их содержанием. Выполняется под контролем преподавателя с фиксацией этапов макетирования.

Результат практической работы должен отвечать следующим требованиям:

- соответствовать индивидуальному заданию;
- содержать достаточный объем информации для демонстрации результатов исследования и авторских разработок;
- авторские разработки представлены в виде рабочих файлов макета в требуемом расширении, схем, сеток, визуализаций, в достаточном объеме;
- материалы макета выполнены на высоком профессиональном графическом уровне;

К представлению результатов практической работы в виде макета и визуализации предъявляются следующие требования:

- макет имеет правильные размер и расширения, содержит достаточное количество страниц, материалы макета не содержат неразрешенный контент, авторское право соблюдено;
- соответствие требованиям, предъявляемым к макетам в производстве.

##### *Шкала оценки*

Оценка формируется из двух разделов: 1. Оценка технического исполнения - правильность форматов, расширений, цветовых систем, чистота исполнения, эргономика, соблюдение законодательства РФ и прочие технологические заданные требования. 2. Оценка художественных достоинств: Композиция, цвет, стилевое единство, подача работы.

отлично - 60-51 балл - Практическая работа выполнена в достаточном объеме, в правильном расширении электронных материалов, профессионально оформлена. Слайды логически выстроены. Иллюстрационные материалы представлены в полном объеме. Материалы выстроены по сетке, технологические параметры соблюдены и соответствуют требованиям производства. Итоги работы представлены в виде электронного файла и цветной постраничной распечатки готового издания, закомпанованного на лист формата А3.

хорошо - 36-50 балл. Практическая работа выполнена в достаточном объеме, в

правильном расширении электронных материалов, профессионально оформлена. Слайды логически выстроены. Иллюстрационные материалы представлены в полном объеме. Материалы выстроены по сетке, технологические параметры соблюдены и соответствуют требованиям производства. Имеются незначительные ошибки выравнивания или обработки иллюстраций. Итоги работы представлены в виде электронного файла и цветной постраничной распечатки готового издания, закомпьютеризованного на лист формата А3

удовлетворительно - 21-35 баллов - Практическая работа выполнена в недостаточном объеме, в правильном расширении электронных материалов, профессионально не оформлена. Слайды логически выстроены. Иллюстрационные материалы представлены в неполном объеме. Материалы выстроены не по сетке, технологические параметры соблюдены и соответствуют требованиям производства. Итоги работы представлены в виде электронного файла и цветной постраничной распечатки готового издания, закомпьютеризованного на лист формата А3.

неудовлетворительно - 5-20 баллов - Практическая работа выполнена в недостаточном объеме, в неправильном расширении электронных материалов, не оформлена. Иллюстрационные материалы не представлены в полном объеме. Материалы не выстроены по сетке, технологические параметры не соблюдены и не соответствуют требованиям производства. Итоги работы не представлены.