

УТВЕРЖДАЮ
**Декан художественно-
технологического факультета**



Васильев А.А.
«30» августа 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ДВ.1.1 «Эффективность дизайна рекламы»

основной образовательной программы высшего образования –

программы прикладного бакалавриата


по направлению подготовки: 54.03.01 Дизайн

направленность (профиль): Графический дизайн

Квалификация: бакалавр

Формы обучения: очная

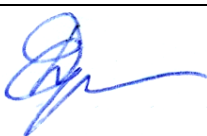
Разработчики:

| должность | подпись | ученая степень и звание, ФИО |
|--|---|------------------------------|
| Доцент кафедры «Художественное проектирование предметно- пространственной среды». |  | Доцент Немчинова Е.Е. |

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

| должность | подпись | ученая степень и звание, ФИО |
|--|---|------------------------------|
| заведующий кафедрой «Художественное проектирование предметно- пространственной среды» |  | проф. Васильев А.А. |

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ООП:

| должность | подпись | ученая степень и звание, ФИО |
|--|---|------------------------------|
| Профессор кафедры «Художественное проектирование предметно- пространственной среды» |  | к.ф.н., проф. Ермилова Д.Ю. |



Аннотация рабочей программы (модуля)

Дисциплина «Эффективность дизайна рекламы» является первой дисциплиной по выбору первого блока программы бакалавриата и относится к вариативной части программы профиля «Графический дизайн».

Дисциплина реализуется в 2019/2020 уч. г. кафедрой «Художественное проектирование предметно-пространственной среды».

Изучение данной дисциплины базируется на теоретических и практических знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в процессе освоения дисциплин «История орнамента и стилей в графическом дизайне», «История графического дизайна и рекламы», «Проектирование в графическом дизайне», «Основы экономики».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

- Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);
- Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-11);
- способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи (ПК-2);
- способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта (ПК-4).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением студентами основных направлений эффективности рекламы и важнейших факторов влияния на неё современных приемов дизайн - проектирования, ознакомлением учащихся с базовыми методиками оценки эффективности рекламы, рекламной акции и рекламной кампании; усвоение студентами необходимого объема знаний и практических навыков по художественному проектированию и производству эффективного рекламного продукта; овладение учащимися приемами оценки возможных результатов проектирования рекламы, последствий использования различных технологий монтажа и художественного оформления современной рекламной продукции; отработка правил выбора путей решения конкретных проблем, возникающих в практической деятельности при исполнении заказов рекламодателя, при проведении рекламных акций и кампаний или при организации участия в них разработчика рекламы.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и кейсов, промежуточный контроль в форме аттестации итогового практического задания – аналитического реферата и проектной разработки на заданную тему.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов. Преподавание дисциплины ведется на 4 курсе в 7 и 8 семестрах продолжительностью 18 и 8 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: занятия лекционного типа, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации. Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме отчета аналитическими и



проектными материалами по итогам освоения отдельных блоков, промежуточная аттестация в форме зачета в 7 семестре и зачета с оценкой в 8 семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| № пп | Индекс компетенции | Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части) |
|------|--------------------|--|
| 1 | ОК-3 | Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности |
| 2. | ОК-4 | Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций |
| 3. | ОК-6 | Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия |
| 4. | ОК-11 | Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения |
| 5. | ПК-2 | способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи |
| 6. | ПК-4 | способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта |

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП:

Дисциплина «Эффективность дизайна рекламы» является первой дисциплиной по выбору первого блока программы бакалавриата и относится к вариативной части программы профиля «Графический дизайн».

Изучение данной дисциплины базируется на теоретических и практических знаниях, умениях и навыках, полученных студентами в процессе освоения дисциплин «История орнамента и стилей в графическом дизайне», «История графического дизайна и рекламы», «Проектирование в графическом дизайне», «Основы экономики».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с освоением студентами основных направлений эффективности рекламы и важнейших факторов влияния на неё современных приемов дизайн - проектирования, ознакомлением учащихся с базовыми методиками оценки эффективности рекламы, рекламной акции и рекламной кампании; усвоение студентами необходимого объема знаний и практических навыков по художественному проектированию и производству эффективного рекламного продукта; овладение учащимися приемами оценки возможных результатов проектирования рекламы, последствий использования различных технологий монтажа и художественного оформления современной рекламной продукции; отработка правил выбора путей решения конкретных проблем, возникающих в практической деятельности



при исполнении заказов рекламодателя, при проведении рекламных акций и кампаний или при организации участия в них разработчика рекламы.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц/ 180 акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

| Виды учебной деятельности | Всего | Семестры | |
|--|----------------------------|--------------------------|----------------------------|
| | | 7 | 8 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем | 72 | 38 | 34 |
| в том числе: | - | - | |
| 1.1 Занятия лекционного типа | 30 | 16 | 14 |
| 1.2 Занятия семинарского типа, в том числе: | 34 | 18 | 16 |
| Семинары | | | |
| Лабораторные работы | | | |
| Практические занятия | 34 | 18 | 16 |
| 1.3 Консультации | 4 | 2 | 2 |
| 2.Самостоятельная работа обучающихся | 108 | 70 | 38 |
| 3.Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен) | Экзамен 4 | Зачет 2 | Экзамен 2 |
| 4.Общая трудоемкость час | 180 | 108 | 72 |
| з.е. | 5 | 3 | 2 |

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

| Н | Наименование тем | Виды учебных занятий и формы их проведения |
|---|------------------|--|
|---|------------------|--|



| | | лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС | Лекции, часов | Форма проведения лекции | Практические занятия | Форма проведения практического занятия | Семинары | Форма проведения | Лабораторные работы | Форма проведения | СРС | Форма проведения СРС |
|---------------|------------------------|--|---------------|---------------------------------------|----------------------|--|----------|------------------|------------------------|------------------|-----|--|
| 1-6 7 | 1.Виды рекламы | Специфика видов рекламы . Виды рекламы: Ростовая кукла. Щитовая реклама. Надувные модули. Реклама на транспорте. Обзор. Объекты: рестораны и гостиницы, объекты туризма ,спортивные объекты, культурно - зрелищные, торговые и выставочные центры. | 16 | Лек в фор ме през нт.. | | | | | | | 18 | самоподготовк а к практическим занятиями лекционным |
| 6 7 | 1 контрольная точка | Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Специфика видов рекламы . Виды рекламы. Конкуренты на рынке товаров. Их рекламная продукция. тестирование (типовые контрольные задания) просмотр | | | 5 | Оценка выполне ния практич еского задания | | | | | 4 | Выполнение контрольного практического о задания |
| 7- 12 7 | | Сбор материала по выбранной теме. Бриф. Конкуренты на рынке товаров. Их рекламная продукция. Анализ. План объекта и выбор места размещения рекламы. | | | 5 | выполне ние практиче ского задания | | | | | 18 | самоподготовк а к практическим занятиям |



| НОМЕР НЕДЕЛИ | Наименование раздела | Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС | Виды учебных занятий и формы их проведения | | | | | | | | | |
|--------------|----------------------------------|---|--|-------------------------|----------------------|---|----------|--------------------------------------|----------------------|----------------------|----|---|
| | | | Лекции, часов | Форма проведения лекции | Практические занятия | Форма проведения практического занятия | Семинары | Форма проведения Лабораторные работы | Форма проведения СРС | Форма проведения СРС | | |
| 12 7 | 2 контрольная точка | Оценка выполнения контрольного задания по разделу: План объекта и выбор места размещения рекламы | | | 1 | Оценка выполнения практического задания | | | | | 4 | Выполнение контрольного практического задания |
| 13-18 7 | | Решение общей концепции рекламных модулей в объекте проектирования на основе выбранной темы. | | | 5 | выполнение практического задания | | | | | 18 | самоподготовка к практически |
| 18 7 | 3 контрольная точка | Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Решение общей концепции рекламных модулей в объекте проектирования на основе выбранной темы. | | | 2 | Оценка выполнения практического задания | | | | | 4 | Выполнение контрольного практического задания |
| 18 7 | 4 контрольная точка | Кафедральный просмотр работ, выполненных студентом в течение семестра | | | | | | | | | 4 | Подготовка работ к просмотру |
| 1-4 8 | 2. Выполнение рекламных объектов | Конкуренты на рынке товаров. Их рекламная Проработка материала. | 14 | лек | 2 | выполнение практического задания | | | | | 19 | самоподготовка к лекц и практическим занятиям |
| 4 8 | | 1 контрольная точка | Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Конкуренты на рынке товаров. Их | 2 | Оценка вы по | | | | | | | |



| НОМЕР НЕДЕЛИ | Наименование раздела | Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС | Виды учебных занятий и формы их проведения | | | | | | | | | | |
|--------------|----------------------|---|--|--|----------------------|--|----------|------------------|---------------------|------------------|-----|--|--|
| | | | Лекции, часов | Форма проведения лекции | Практические занятия | Форма проведения практического занятия | Семинары | Форма проведения | Лабораторные работы | Форма проведения | СРС | Форма проведения СРС | |
| | | рекламная Проработка материала | | лени я пр акт иче ско го зад ания | | | | | | | | | |
| 5-8 8 | | Анализ решений. Эскизирование Поиск образного решения ,стилевые и композиционные решения. Эскизирование | | | 12 | выполне ние пр актиче ского зад ания | | | | | 19 | самоподготовк а к лекц и практическим занятиям | |
| 8 8 | 2 контрольная точка | Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Поиск образного решения ,стилевые и композиционные решения. | | | 1 | Оценка выполне ния пр актич еского зад ания | | | | | | | |
| | 3 контрольная точка | Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Выполнение рекламных объектов в электронном виде. | | | 1 | Оценка выполне ния пр актич еского зад ания | | | | | | | |
| | 4 контрольная точка | Кафедраальный просмотр работ, выполненных студентом в течение семестра | | | | | | | | | | | |



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник / Л.Е. Трушина. - М.: Дашков и К, 2012. - 248 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01087-3, 1500 экз. ЭБС "Znaniium.com" Режим доступа: <http://www.znaniium.com/catalog.php?bookinfo=343538>
2. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. ЭБС "Znaniium.com" Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=472499>
3. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01525-5. ЭБС "Znaniium.com" Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog.php?bookinfo=390990>

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

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

| № пп | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или ее части) * | Раздел (ДЕ) дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части) | В результате изучения раздела дисциплины (ДЕ), обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен: | | |
|------|--------------------|--|--|--|---|---------------------------------------|
| | | | | знать | уметь | владеть |
| 1. | ОК-3 | Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности | Разделы 1-2 | Знать основы экономических знаний | Уметь применять основы экономических знаний | Владеть основами экономических знаний |
| 2. | ОК-4 | Способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности | Разделы 1-2 | Знать основы правовых знаний | Уметь применять основы правовых знаний | Владеть основами правовых знаний |



| | | | | | | |
|----|-------|--|-------------|---|--|--|
| 3. | ОК-6 | Способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | Разделы 1-2 | Знать социальную, этническую, культуру различных народов | Уметь работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | Владеть способностью работать в команде |
| 4. | ОК-11 | Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения | Разделы 1-2 | Знать социальную, этническую, культуру различных народов | Уметь действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения | Быть ответственным за принятые решения |
| 5. | ПК-2 | способность обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи | Разделы 1-2 | этапы разработки проекта | анализировать ситуацию и потребности, обуславливающие проектную работу, прогнозировать ее развитие; аргументировано формулировать цель и задачи проекта, планировать как собственную, так и коллективную деятельность; управлять и контролировать ее | методами проектирования, навыками разработки проекта, управления его реализацией, осуществления контроля и регулировки проектом; оценки его результата и презентации |
| 6. | ПК-4 | способность анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта | Разделы 1-2 | Методы поиска, обработки и анализа необходимой информации | Анализировать и определять требования к дизайн-проекту; составлять подробную спецификацию требований к дизайн-проекту | Методами анализа информации, навыками практического использования информационных материалов при решении конкретной задачи в профессиональной деятельности |



7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Всего в каждом семестре 4 мероприятия текущего контроля (4 «контрольных точки»), выполнение всех 4 заданий текущего контроля является обязательным для студента. Четвертая «контрольная точка» – проводится в период последних двух недель семестра в форме выполнения Группового проекта с презентацией результатов на предпоследнем (и последнем – для тех, кто отсутствовал по уважительной причине) практическом занятии. Первая, вторая, третья «контрольная точка» проводится в форме оценки выполнения практических заданий на практических занятиях. «Контрольные точки» проводятся по итогам изучения раздела дисциплины.

Освоение студентами компетенций оценивается по балльно-рейтинговой системе. Посещаемость лекций и практических занятий – 30 баллов, успеваемость – 70 баллов (максимум за выполнение всех 4 контрольных заданий), рейтинговый бонус от преподавателя – 1-5 баллов

В случае отсутствия студента по уважительной причине на занятии (болезнь, подтвержденная медицинской справкой или участие в общеуниверситетском мероприятии) при расчете баллов за посещаемость отсутствие студента в эти дни не учитывается. При этом все мероприятия текущего контроля студент должен выполнить и быть аттестован по ним в баллах.

Перевод рейтинговых баллов в итоговую 5 – балльную шкалу оценку осуществляется в соответствии с таблицей.

| Баллы за семестр | Автоматическая оценка | | Баллы за зачет | Баллы за экзамен | Общая сумма баллов | Итоговая оценка |
|------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------|------------------|----------------------|--|
| | зачет | экзамен | | | | |
| 90-105* | зачет | 5 (отлично) | - | - | 100 | 5 (отлично) |
| 71-89* | зачет | 4 (хорошо) | - | 0-20 | 71-89 90-100 | 4 (хорошо) 5 (отлично) |
| 51-70* | зачет | 3 (удовлетворительно) | - | 0-20 | 51-70 71-89 90 | 3 (удовлетворительно) 4 (хорошо) 5 (отлично) |
| 41-50* | допуск к зачету, экзамену | | 0-10 | 0-20 | 51-70 | 3 (удовлетворительно) зачет |
| 40 и менее | недопуск к зачету, экзамену | | - | - | 40 и менее | 2 (неудовлетворительно), незачет |

*при условии выполнения всех заданий текущего контроля

| Посещаемость 30 баллов | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| 1 задание текущего контроля | 2 задание текущего контроля | 3 задание текущего контроля | 4 задание текущего контроля | рейтинговые бонусы |
| 0-10 баллов | 0-10 баллов | 0-10 баллов | 0-35 баллов | 1-5 баллов |
| Итого – 100 баллов | | | | |



На 4-й контрольной точке кафедральный просмотр работ (выполненных в течение семестра) проводится с участием работодателей.

7.3. 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

| Номер недели семестра | Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части) | Вид и содержание контрольного задания | Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи |
|-----------------------|---|--|---|
| 1-18 7 | 1.Виды рекламы и их воздействие на потребителя | 1.1 Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Специфика видов рекламы . Виды рекламы. Конкуренты на рынке товаров. Их рекламная продукция. тестирование (типовые контрольные задания) просмотр 1.2. Оценка выполнения контрольного задания по разделу: План объекта и выбор места размещения рекламы 1.3. Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Решение общей концепции рекламных модулей в объекте проектирования на основе выбранной темы. | 1.1. Оценка контрольного задания проводится по 6 неделе 0-10 баллов 1.2. Оценка контрольного задания проводится по 12 неделе 0-10 баллов 1.3. Оценка контрольного задания проводится по 18 неделе 0-10 баллов |
| 17-18 7 | Раздел 1 | Групповой проект 7 семестра по дисциплине «Эффективность дизайна рекламы» проводится в кафедрального просмотра практических заданий, выполненных в течение семестра | Защита группового проекта проводится по 18 неделе 0-35 баллов |
| 1-8 8 | 2. Выполнение рекламных объектов | 2.1. Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Конкуренты на рынке товаров. Их рекламная Проработка материала 2.2. Оценка выполнения контрольного задания по разделу: Поиск образного решения ,стилевые и композиционные решения. 2.3. Оценка выполнения | 2.1. Оценка контрольного задания проводится по 4 неделе 0-10 баллов 2.2. Оценка контрольного задания проводится по 8 неделе 0-10 баллов 2.3. Оценка контрольного задания проводится по 8 неделе 0-10 баллов |



| | | | |
|--------|----------|---|--|
| | | контрольного задания по разделу: Выполнение рекламных объектов в электронном виде. | |
| 8 8 | Раздел 2 | Групповой проект 8 семестра по дисциплине «Эффективность дизайна рекламы» проводится в кафедрального просмотра практических заданий, выполненных в течение семестра | Защита группового проекта проводится по 8 неделе 0-35 баллов |

Примеры оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

Типовые контрольные задания для практических занятий в 7 семестре

1. Виды рекламы и их воздействие на потребителя. Выполнение рекламных объектов:
2. Ростовая кукла.
3. Щитовая реклама.
4. Надувные модули.
5. Реклама на транспорте.
6. Объекты: рестораны и гостиницы, объекты туризма, спортивные объекты, культурно -зрелищные, торговые и выставочные центры.
7. Бриф.

Типовые контрольные задания для практических занятий в 8 семестре

Виды рекламы и их воздействие на потребителя. Выполнение рекламных объектов:

1. Конкуренты на рынке товаров. Их рекламная продукция. Анализ.
2. План объекта и выбор места размещения рекламы.
3. Решение общей концепции рекламных модулей в объекте проектирования на основе выбранной темы.

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

Определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности студентов, характеризующих этапы формирования компетенций, предусматривают следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме выполнения творческого задания в виде контрольной аудиторной работы и промежуточная аттестация в форме кафедрального просмотра выполненных работ.

Для оценки последовательности, ритмичности и качества работы в периоды текущей и промежуточной аттестации студенты представляют для кафедрального просмотра выполненные в течение учебного семестра практические задания в соответствии с Рабочей программой. Выполненные студентами работы должны быть аккуратно оформлены. Объем и качество представленных на кафедральный просмотр материалов должно соответствовать требованиям и задачам, указанным в программе. По результатам кафедрального просмотра работа студентов оценивается по традиционной шкале оценок: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно, и балльно-рейтинговой технологии на основе итоговых результатов в баллах.

- Посещаемость лекций и практических занятий – 30 баллов;



- Успеваемость – 70 баллов (максимум за выполнение всех контрольных заданий и с учетом от 0 до 5 рейтинговых бонусных баллов от преподавателя за активность на занятиях).

Контрольная аудиторная работа выполняется в соответствии с учебной программой.

Цель работы – контроль качества усвоения студентом заданий тематического блока. Контрольное задание выполняется в виде живописного этюда по теме раздела. Время выполнения контрольной работы - последнее аудиторное занятие в разделе. Для полной характеристики качества полученных знаний в области изучаемой дисциплины, исходя из специфических особенностей данной дисциплины, творческие контрольные и тестовые задания оцениваются комплексно.

Первая «контрольная точка» – 0-10 выполнение творческого задания (контрольной аудиторной работы), просмотр выполненных работ по разделу в соответствии с рабочей программой.

Вторая «контрольная точка» – 0-10 выполнение творческого задания (контрольной аудиторной работы), просмотр выполненных работ по разделу в соответствии с рабочей программой.

Третья «контрольная точка» – 0-10 выполнение творческого задания (контрольной аудиторной работы), просмотр выполненных работ по разделу в соответствии с рабочей программой.

Четвертая «контрольная точка» - 0-35 баллов- проводится в форме защиты группового проекта семестра – кафедрального просмотра с привлечением работодателей

Параметры методики:

Критерии оценки выполнения практического задания:

Задание считается выполненным при выполнении задания в полном объеме: 1-2 балла – выполнение задания в полном объеме с существенными замечаниями по качеству исполнения, 3-4 балла – выполнение задания в полном объеме в замечаниями по качеству исполнения, 5-6 баллов – выполнение задания в полном объеме с незначительными замечаниями по качеству исполнения, 7-8 баллов – выполнение задания в полном объеме без замечаний по качеству замечаний, 9-10 баллов – выполнение задания в полном объеме на высоком уровне

Предел длительности выполнения – 3 академических часа.

Предлагаемое количество работ из контролируемого раздела – 1 работа.

Критерии оценки выполнения группового проекта:

Групповой проект считается выполненным при условии выполнения каждым студентом не менее 2 заданий по теме блока: 1-6 баллов – задания выполнены с существенными замечаниями по качеству исполнения, 7-13 баллов – задания выполнены с замечаниями по качеству исполнения, 14-20 балла – задания выполнены с незначительными замечаниями по качеству исполнения, 21-27 баллов – задания выполнены без замечаний по качеству исполнения, 28-35 баллов – задания выполнены на высоком художественном уровне с применением информационных технологий.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий

8.1. Основная литература



1. История отечественной и зарубежной рекламы: Учебник / Л.Е. Трушина. - М.: Дашков и К, 2012. - 248 с.: 60x84 1/16. (переплет) ISBN 978-5-394-01087-3, 1500 экз. ЭБС "Znanium.com" Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=343538>
2. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 224 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-01373-1, 300 экз. ЭБС "Znanium.com" Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=472499>
3. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01525-5. ЭБС "Znanium.com" Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390990>

8.2. Дополнительная литература

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс] / В. Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2008. - 272 с.: ил. - (Самоучитель). - ISBN 5-94074-087-1 ЭБС "Znanium.com" Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=407757>
2. Основы рекламы: Хрестоматия / А.Н. Мудров. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. - 301 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0134-4, 500 экз ЭБС "Znanium.com" Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=192827>
3. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0155-1, 500 экз
ЭБС "Znanium.com" Режим доступа: <http://www.znanium.com/catalog.php?bookinfo=196365>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

- Большая библиотека электронных книг по дизайну на сайте Росдизайн
ссылка <http://www.rosdesign.com/design/bookofdesign.htm>
- Большая библиотека электронных книг по дизайну на сайте NataHaus
ссылка <http://www.infanata.org/color/graph>
- Большая библиотека электронных книг по дизайну и графике на сайте Мир Книг
ссылка http://www.mirknig.com/design_grafika
- Большая библиотека электронных книг по дизайну на сайте Community.Livejournal.com
ссылка http://community.livejournal.com/design_books
- Большая библиотека электронных книг и журналов по дизайну и графике на Books Gide
ссылка <http://www.booksgid.com/design/>
- Небольшая подборка книг и статей по графическому дизайну на сайте Clipart.ru
ссылка <http://artclips.ru/library.html>
- Книги и журналы на сайте Обложка.инфо
ссылка <http://oblozhka.info/library/design>
- Электронные учебники по графическому дизайну на сайте
ссылка <http://www.visual-form.ru/affiliatebooks.htm>
- Глазычева Леонида сайт , авторские книги, доклады, обозрения
ссылка <http://www.glazychev.ru/>



Другие библиотеки электронных книг см. medigo.ru, <http://ihtika.net>

Поиск книг в электронных библиотеках <http://www.ebdb.ru/>

Alma Mater, издательство

книги и альбомы по дизайну

ссылка <http://www.almamater.su/>

Дизайн Букс

книги по дизайну

ссылка <http://www.designbooks.ru/>

РИП-холдинг, "Издательский Дом

книги и журналы по дизайну и др.

ссылка <http://www.designbook.ru/>

8.4. Перечень информационных технологий.

COREL DRAW

ADOBE ILLUSTRATOR

ADOBE PHOTOSHOP

3D MAX

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины «Эффективность дизайна рекламы» предусматривает контактную (работа на лекционных и практических занятиях) и самостоятельную (самоподготовка к практическим занятиям, выполнение практических заданий) работу обучающегося. В качестве основной методики обучения были выбраны: метод объяснительно-иллюстративный (информативно-рецептивный), проблемное изложение, эвристический (частично-поисковый), репродуктивный метод.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Эффективность дизайна рекламы» в предлагаемой методике обучения выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

-лекционные занятия

Чтение лекций по теме

- практические занятия

Практическая работа заключается в выполнении студентами под руководством преподавателя индивидуального задания по темам. В результате практического изучения дисциплины «Эффективность дизайна рекламы», студенты должны уметь создавать разнообразные графические композиции в соответствии с эскизом, искать новые приемы формообразования, воплощать выразительный образ, разбирается в функциях и задачах учреждений и организаций, фирмах, структурных подразделениях, занимающихся вопросами дизайна; быть готов пользоваться нормативными документами на практике

Одним из важных компонентов обучения является развитие творческой фантазии в поиске новых идей

Задания программы включает в себя решение аналитических и творческих задач.

- умение проводить всесторонний анализ разрабатываемого объекта:

- осуществлять сбор необходимой информации для проектирования:

-умение решать весь комплекс эстетических, стилевых, функциональных, конструктивно-технологических и экономических задач:

- умение оперировать законами композиции, создавая внешний вид изделия:



Макетирование в дизайне – это проектно-исследовательское моделирование, направленное на получение наглядной информации о свойствах проектируемого изделия в форме объемно-пространственного изображения, о пространственной структуре, размерах, пропорциях, пластике поверхностей, цветофактурном решении и других особенностях изделия.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию и формированию профессиональных компетенций студентов:

пользоваться следующими методами обучения:

- объяснительным (дополнение и пояснение информации лекционного курса);
- репродуктивным (студенты воспроизводят, иллюстрируют информацию лекционного курса);
- проблемным (эвристическим) (студенты решают проблемные задачи).

Тематика практических занятий должна соответствовать рабочей программе дисциплины.

По данной дисциплине используются следующие интерактивные формы практических занятий:

Проблемное обучение
Контекстное обучение
Работа в команде

- *самостоятельная работа обучающихся*

Целью самостоятельной работы студентов (СРС) по дисциплине «Эффективность дизайна рекламы» является интенсивное освоение методов работы в области эффективности дизайна рекламы. Основными задачами СРС являются: приобретение опыта, развитие самостоятельности, формирование профессиональных .

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Эффективность дизайна рекламы» обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе практических занятий;
- формирование опыта создания разнообразных композиций в соответствии с творческим замыслом.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента.

Студенты самостоятельно выполняют эскизы по темам практических занятий, выполняют макеты.

Перечень тем самостоятельной работы студентов соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Результаты СРС: эскизы, макеты изделий, также они являются элементом итогового контроля.

Формы самостоятельной работы

Рабочей учебной программой дисциплины «Эффективность дизайна рекламы» предусмотрена самоподготовка к практическим занятиям: подготовка эскизов, работа с теоретическим материалом.

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.



10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «Эффективность дизайна рекламы» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием и программным обеспечением:

| Вид учебных занятий по дисциплине | Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования и программного обеспечения |
|-----------------------------------|--|
| Лекции | Лекции РУП не предусмотрены |
| Практические занятия | Учебный кабинет с программным обеспечением COREL DRAW, ADOBE ILLUSTRATOR, ADOBE PHOTOSHOP, 3D MAX Учебный кабинет Фотостудия Учебный кабинет, оборудованный станком для печати линогравюр, учебные кабинеты, оборудованные демонстрационными материалами для проведения практических занятий |
| Семинары | Семинары РУП не предусмотрены |
| Лабораторные работы | Лабораторные работы РУП не предусмотрены |
| Самостоятельная работа студентов | Читальный зал Научно-технической библиотеки университета Учебная аудитория, подключенная к сети Интернет Методический фонд кафедры «Художественное проектирование предметно-пространственной среды» |