

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ОДЕЖДЫ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«30» _____ 06 _____ 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.10

(Индекс дисциплины)

Дизайн и рекламные технологии

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин «Дизайн (по отраслям)»

Специальность: 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)», Дизайн костюма

Квалификация: Дизайнер

Программа подготовки: Базовая

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Максимальная учебная нагрузка	42		
	Обязательные учебные занятия	30		
	Лекции, уроки	20		
	Практические занятия, семинары	10		
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)	12(4)		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Дифференцированный зачет			
	Контрольная работа	8		
	Курсовой проект (работа)			

**Санкт-Петербург
2020**

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 20-02-1-23,19-02-1-23,18-02-1-23

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная Обязательная Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл
Часть модуля Вариативная Математический и общий естественнонаучный учебный цикл
Профессиональный учебный цикл

Профессиональный модуль: _____
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области рекламных технологий с целью дальнейшего применения полученных знаний на практике в профессиональной деятельности.

1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть виды рекламной деятельности;
- Раскрыть принципы организации и планирования рекламной деятельности, разработки креативной стратегии рекламной компании;
- Продемонстрировать особенности системного подхода к разработке рекламы;
- Дать представление о полиграфических технологиях производства рекламного продукта;
- Способствовать пониманию сущности и социальной значимости своей будущей профессии, видению взаимосвязи дизайна и современных рекламных технологий;
- Развить творческие способности, профессиональные навыки обучающегося через формирование практических умений в данной сфере;
- Продемонстрировать особенности использования рекламных технологий в качестве инструментария для создания эффективного дизайна рекламной продукции.

1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Уметь: 1) применять полученные знания при планировании рекламных кампаний и построении стратегий брендинга (ОК 1-ОК 9)
- Знать: 1) основные принципы организации рекламной деятельности (ОК 1-ОК 9)
2) коммуникативные аспекты рекламы (ОК 1-ОК 9)
3) основные виды рекламы (ОК 1-ОК 9)

- 4) понятия «графический знак», «торговая марка», «бренд», «фирменный стиль», «логотип» (ОК 1-ОК 9)
- 5) шрифт, виды шрифтовых композиций (ОК 1-ОК 9)
- 6) виды печатных изданий: афиша, плакат, презентация, буклет (ОК 1-ОК 9)

1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- ОП.03 Рисунок с основами перспективы (ОК 1 – ОК 9)
- ОП.04 Живопись с основами цветоведения (ОК 1 – ОК 9)
- ОП.05 История дизайна (ОК 1 – ОК 9)
- МДК.01.01 Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве) (ОК 1 – ОК 9)
- МДК.01.02 Основы проектной и компьютерной графики (ОК 1 – ОК 9)
- МДК.05.01 Выполнение работ по профессии 12565 Исполнитель художественно-оформительских работ (ОК 1 – ОК 9)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<p>Тема 1. Организация рекламной деятельности. Задачи, цели и общие требования к рекламе. Виды рекламных агентств. Задачи и цели рекламной компании</p> <p>Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии», ее связь с другими дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Роль рекламы в развитии общества. История развития рекламы в России и за рубежом. Основные положения законов: о товарном знаке, о рекламе, о защите прав потребителей. Их практическое применение в рекламной деятельности. Сетевые агентства и российские агентства полного цикла. Структура агентства полного цикла. Задачи и цели рекламной кампании. Участники рекламного процесса. Государство как сторона, осуществляющая правовое регулирование рекламных процессов.</p>	2		
<p>Тема 2. Виды и средства распространения рекламы</p> <p>Имиджевая и информационная реклама. Особенности рекламы торговой марки и рекламы объекта сферы услуг. Адресно-справочная реклама. Первичная и избирательная реклама. Понятие коммерческой и некоммерческой рекламы. Прямая и косвенная реклама. Система мероприятий Паблик Рилейшнз. Спонсорство как сочетание прямой и косвенной рекламы, формы спонсорского участия в культурно-массовых и спортивных мероприятиях. Понятие и виды Product Placement. Реклама «B-to-B». Трейд - маркетинг. Реклама на местах продажи, промоушн акции. Имиджевая компонента промо - акции. Роль костюма в промо - акции. Корпоративная реклама. Виды и назначение бизнес - сувениров. Прямая почтовая рассылка как способ направленно-ответной рекламы. Новые рекламные носители (транспортные карты, чеки супермаркетов, видеокассеты и т.п.)</p>	2		
<p>Тема 3. Классификация СМИ</p> <p>Классификация СМИ. Телевизионная реклама, ее виды. Спонсорство на ТВ. Специфика основных каналов рекламной коммуникации. Специфика каналов вещания. Классификация печатных изданий. Основные маркетинговые показатели печатных изданий. Реклама глянцевого, еженедельных и ежедневных в изданиях. Специализированная пресса. Региональная пресса. Корпоративные издания. Реклама на радио, ее виды. Виды рекламы на транспорте. Вокзал и аэропорт как рекламные площадки. Виды наружной рекламы. Виды Интернет - рекламы. Сайт компании и промо-сайт, механизмы их продвижения в Интернете, баннерная реклама</p>	2		
<p>Тема 4. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая</p>	4		

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
композиция композиция Классификация шрифтов. Шрифт в рекламном дизайне и применение его. Построение шрифта. Типографика. Правила приемы оформления текста. Виды шрифтовых композиций. Принципы построения изобразительно-шрифтовых композиций или способы сочетания шрифта с изображением.			
Тема 5. Этапы создания бренда или торговой марки Имя бренда и потребители (требования). Содержательные требования к имени бренда. Формальные требования к имени бренда. Этапы создания имени бренда. Способы образования имен брендов. Категории имен брендов. Создание семантического поля для имени бренда. Брендирование. Основные правила брендирования. Цель брендирования. Имиджевые стратегии. Стратегия «Рекламного подхода», организация работы над созданием имиджа. Имидж личности. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха. Методика создания личного бренда.	2		
Текущий контроль (доклады, тест)	2		
Тема 6. Логотип. Графический знак. Товарный знак Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа. Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака. Назначение товарного знака. Типы товарного знака. Требования к товарному знаку. Функции товарного знака.	4		
Тема 7. Разработка дизайн плаката, афиши История развития плаката за рубежом и в России. Требования к плакату. Назначение плаката. Жанры плаката, рекламный, политический. Разновидности плаката. Требования к разработке афиши. Назначение афиши.	4		
Тема 8. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка Создание и разработка фирменного стиля, и его составляющие. Требования к созданию и разработке фирменного стиля. Дизайн буклета. Виды буклетов. Правила оформления рекламных буклетов. Требования к созданию буклета. Изготовление буклетов. Виды этикетки. Требования к созданию этикетки. Изготовление этикетки. Визитная карточка. История визиток. Размеры. Требования к созданию визитной карточки. Создание дизайна визитных карточек.	4		
Тема 9. Модное портфолио. Создание фотосессии Назначение портфолио и его составляющие. Как правильно оформить портфолио дизайнера. Свой сайт или веб-сервисы для портфолио. История модной фотографии. Описание фотосессии и ее назначение. Постановка осанки. Позирование. Рекомендации для удачной фотосессии.	4		
Тема 10. Разработка презентации. Дефиле как один из видов презентации Презентация (значения). Описание. Создание презентаций. Разновидности презентации (Flash презентация, мультимедийная Flash презентация, создание презентации power point, плакатный способ). Определение дефиле. Основы дефиле. Показ и демонстрация одежды. Движения моделей. План проведения дефиле. Содержание и структура проведения мероприятий, конкурсов, выставок, показов, фестивалей.	4		
Текущий контроль по дисциплине (устный опрос, просмотр работ)	2		
Консультации	4		
Промежуточная аттестация (контрольная работа)	2		
ВСЕГО:	42		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции, уроки

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1	8	1				
Тема 2	8	2				
Тема 3	8	2				
Тема 4	8	2				
Тема 5	8	2				
Текущий контроль (доклады, тест)	8	2				
Тема 6	8	1				
Тема 7	8	1				
Тема 8	8	1				
Тема 9	8	2				
Тема 10	8	2				
Текущий контроль (устный опрос, просмотр работ)	8	2				
ВСЕГО:		20				

3.2. Практические занятия, семинары

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 4	Практическая работа: на основе шрифта «Гротеск», выполнить шрифтовую композицию, учитывая пропорции шрифта и межстрочное пространство. Материалы для выполнения задания: (Формат А-3, карандаш, тушь, черная гуашь, гелиевая ручка, линейка).	8	2				
Тема 6	Практическая работа: разработать логотип и товарный знак на заданную тематику. Материалы для выполнения задания: (Формат А-4, карандаш, тушь, черная гуашь, гелиевая ручка, линейка).	8	2				
Тема 7	Практическая работа: разработать дизайн плаката и афиши на заданную тематику. Материалы для выполнения задания: (Формат А-3, клей, ножницы, тонированная бумага, аппликация, коллаж, вырезки из журналов).	8	2				
Тема 10	Практическая работа:	8	2				

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	разработать план организации дефиле.						
	Промежуточная аттестация (контрольная работа)	8	2				
ВСЕГО:			10				

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера тем, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1-5	Доклад	8	1				
1-5	Тестирование	8	1				
1-10	Устный опрос	8	1				
4	Просмотр работ	8	1				
6	Просмотр работ	8	1				
7	Просмотр работ	8	1				
8	Просмотр работ	8	1				
9	Просмотр работ	8	1				
10	Просмотр работ	8	1				

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	8	2				
Подготовка к практическим занятиям	8	2				
Выполнение домашних заданий	8	2				
Подготовка к контрольной работе	8	2				
ВСЕГО:			8			

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции, уроки: Лекции обеспечивают теоретическое изучение дисциплины. На лекциях излагается основное содержание курса, активно иллюстрируемое фотоматериалами по изучаемым темам и примерами выполненных учащимися работ. На лекциях также рассматривается порядок, алгоритм выполнения практических заданий.	лекция-диалог	4		
Практические занятия, семинары: На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса; обучающиеся овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для ее эффективного применения при выполнении учебно-творческих работ, принятия самостоятельных решений, обучающиеся работают с конкретными ситуациями.	диспут, дискуссия, опрос	4		
Лабораторные занятия: Не предусмотрены		-		
ВСЕГО:		8		

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: посещение лекций и практических занятий, прохождение промежуточного теста	30	4 балла за каждое занятие (всего 15 занятий в семестре), максимум 60 баллов ; 4 балла за каждый правильный ответ на вопрос теста текущего контроля (всего 10 вопросов в тесте), максимум 40 баллов ;
2	Подготовка и представление устных докладов	30	доклад на занятии (всего 1 доклад в семестре), максимум 60 баллов ; доклад с презентацией, максимум 40 баллов
3	Сдача контрольной работы	40	законченные, представленные в срок к семестровому просмотру работы в количестве, соответствующем заданиям, максимум 40 баллов ; устная презентация работы - максимум 20 баллов ; ответы на теоретические вопросы (полнота, владение терминологией, затраченное время) – 5 баллов за правильный ответ на вопрос, всего 4 вопроса, максимум 20 баллов ; 4 балла за каждый правильный ответ теста (всего 5 тестовых вопросов), максимум 20 баллов .
ИТОГО (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале
86 - 100	5 (отлично)
75 – 85	4 (хорошо)
61 – 74	
51 - 60	
40 – 50	3 (удовлетворительно)
17 – 39	2 (неудовлетворительно)
1 – 16	
0	

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87990.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Нартя В.И. Основы конструирования объектов дизайна / В.И. Нартя, Е.Т. Суиндилов. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 264 с. - ISBN 978-5-9729-0353-5. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/362694/reading>. - Текст: электронный.

б) дополнительная учебная литература

1. Леврик Михаэль. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 320 с. - ISBN 978-5-4461-1000-1. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/365312/reading>. - Текст: электронный.
2. Тулупов В.В. Техника и технология медиадизайна. Книга 1: Пресса / В.В. Тулупов. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 208 с. - ISBN 978-5-7567-0926-1. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/359322/reading> - Текст: электронный.
3. Пигулевский, В. О. Искусство и дизайн: дух времени и механизм прогресса. В 2-х т. Том 2. История дизайна: механизм прогресса : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2019. — 314 с. — ISBN 978-5-4487-0521-2, 978-5-4487-0519-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86443.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Майкл Джанда. Продай свое портфолио. То, чему не учат в дизайнерских школах. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 224 с. - ISBN 978-5-4461-1601-0. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/367995/reading>. - Текст: электронный.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Рекламные технологии в промышленном дизайне (выполнение практических заданий) [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Аристархова О.В. — СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД, 2018.— 17 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201913344, по паролю.
2. Практика. Профиль "Реклама и связи с общественностью в отрасли (дизайне и моде)" [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Степанов М. А. — СПб.: СПбГУПТД, 2018.— 40 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018367, по паролю.
3. Сложеникина Н.С. Основные этапы истории российского и зарубежного дизайна / Н.С. Сложеникина. - Москва : Флинта, 2019. - 362 с. - ISBN 978-5-9765-1614-4. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/344719/reading>. - Текст: электронный.
4. Тюрин П.Т. Пси-DESIGN. Введение в психологию дизайнерского творчества / П.Т. Тюрин. - Москва : Флинта, 2020. - 136 с. - ISBN 978-5-9765-4228-0. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/367138/reading>. - Текст: электронный

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 Pro;
Office Standart 2016

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Кабинет дизайна;
компьютер,
видеопроектор с экраном

8.6. Иные сведения и (или) материалы

1. Иллюстрации.
2. Раздаточные материалы.
3. Методический фонд лучших учебных работ.

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
ОК - 1	Выполняет практические задания с использованием разнообразных источников вдохновения, осознавая правильность и актуальность их выбора, а также оценивая значимость и новизну результата своей деятельности. Ориентируется в современных проблемах дизайна костюма и рекламных технологий, тенденциях их развития и перспективах.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 2	Понимает суть поставленных профессиональных задач, выбирает и на практике применяет методы и способы их решения.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 3	Применяет выработанные навыки принятия решений в соответствии с ситуацией, осознавая необходимость сохранения первоначального замысла, основной идеи художественного образа, несет ответственность за принятое решение.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 4	Понимает и выбирает способ поиска и анализа информации в соответствии с поставленной задачей. Использует полученную информацию для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 5	Использует информационно-коммуникационные технологии для	Практическое задание,	Сборник практических заданий,

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
	сбора данных об актуальных графических приемах фэшн-иллюстрации, о трендах.	вопросы для устного собеседования, тестирование	перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 6	Ориентируется на запросы потребителя при создании рекламного продукта, осуществляя контроль над каждым этапом реализации своей идеи.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 7	Анализирует и корректирует результаты собственной работы, обосновывает свое решение и несет ответственность за полученные результаты.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 8	Демонстрирует стремления к самопознанию, самооценке и саморазвитию, осознавая значимость повышения квалификации для дальнейшего профессионального роста.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий
ОК - 9	Применяет новые методы и технологии, актуальные приемы в профессиональной деятельности.	Практическое задание, вопросы для устного собеседования, тестирование	Сборник практических заданий, перечень вопросов для устного собеседования (всего 20 вопросов), варианты тестовых заданий

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Практическая работа
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

№ п/п	Формулировка вопросов
1	Роль рекламы в развитии общества. История развития рекламы в России и за рубежом
2	Виды рекламных агентств
3	Задачи и цели рекламной кампании
4	Основные положения законов: о товарном знаке, о рекламе, о защите прав потребителей. Их практическое применение в рекламной деятельности

5	Основные виды рекламы
6	Средства распространения рекламы
7	Классификация СМИ
8	Виды наружной рекламы. Виды Интернет - рекламы
9	Классификация шрифтов. Шрифт в рекламном дизайне и применение его. Построение шрифта
10	Типографика. Правила приемы оформления текста. Виды шрифтовых композиций
11	Принципы построения изобразительно-шрифтовых композиций или способы сочетания шрифта с изображением
12	Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа
13	Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака
14	Назначение товарного знака. Типы товарного знака. Требования к товарному знаку. Функции товарного знака
15	История развития плаката в России и за рубежом. Требования к плакату. Назначение плаката. Жанры и разновидности плаката
16	Требования к разработке афиши. Назначение афиши
17	Презентация (значения). Описание. Создание презентаций. Разновидности презентации
18	Этапы создания бренда или торговой марки
19	Стратегия «Рекламного подхода»
20	Организация работы над созданием имиджа. Имидж личности. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха
21	Фирменный стиль. Буклет
22	Виды этикетки. Требования к созданию этикетки
23	Визитная карточка. История визиток. Размеры. Требования к созданию визитной карточки. Создание дизайна визитных карточек
24	Назначение модного портфолио и его составляющие. Оформление портфолио современного дизайнера
25	История модной фотографии. Описание фотосессии и ее назначение
26	Дефиле

Вариант тестовых заданий по дисциплине

№ п/п	Формулировка задания	Ответ
1	Какая функция рекламы определяется как: «Побуждение и развитие потребностей в каких-либо действиях путем влияния на чувства, самооценку, устремления потребителей»? а) информационная; б) психологическая; в) стимулирующая.	б
2	Какие события способствовали развитию рекламы в XX веке? а) возникновение полноцветной полиграфии; б) появление и развитие телевидения; в) развитие спутниковых средств коммуникаций; г) повсеместное внедрение компьютеров и возникновение Интернета; д) все вышеперечисленное	д
3	Соотнесите вид рекламы (столбец справа) и его составляющие (столбец слева): а) печатная реклама (каталоги, буклеты, плакаты и пр.); реклама в прессе; радио- и телереклама; аудиовизуальная реклама; компьютеризированная реклама; б) наружная реклама; рекламные сувениры; связи с общественностью («public relations»); выставки и ярмарки; устная реклама; прямая почтовая реклама; в) коммерческая реклама; некоммерческая (социальная) реклама; престижная реклама	1) – а 2) – в 3) – б
4	Что понимается как: «Термин в маркетинге, символизирующий комплекс информации о компании, продукте или услуге; популярная, легко	б

	<p>узнаваемая и юридически защищённая символика какого-либо производителя или продукта»?</p> <p>а) торговая марка; б) бренд; в) логотип</p>		
5	<p>Соотнесите класс шрифтов (столбец справа) и его описание (столбец слева):</p> <p>а) шрифты без засечек, впервые появились в начале XIX века в Англии, хотя подобная форма знаков применялась еще в надписях античной Греции; б) шрифты, по рисунку имитирующие средневековые рукописные почерки ширококонечным пером, распространенные в XIII-XVI веках главным образом в северной Европе; в) шрифты, по рисунку имитирующие средневековые кириллические почерки ширококонечным пером, распространенные в X-XVIII веках главным образом в восточной и южной Европе; г) шрифты с засечками, их форма ведет свое происхождение от шрифта древнеримских монументальных надписей (прописные буквы) и от книжного гуманистического минускула эпохи Ренессанса (строчные буквы); д) шрифты, по рисунку имитирующие чей-то почерк или каллиграфический стиль; е) шрифты, не укладывающиеся в предыдущие группы классификации, а также имитирующие определенный исторический стиль или декоративную обработку формы; ж) комплекты специальных знаков (математические, лингвистические, фонетические, астрономические, архитектурные, картографические, нотные, клавиатурные и т.д.),</p>	<p>1) готические шрифты; 2) акцидентные и декоративные шрифты; 3) старославянские шрифты; 4) гротески или рубленые шрифты; 5) антиква 6) рукописные и каллиграфические шрифты; 7) неалфавитные и символные шрифты</p>	<p>1) – б 2) – е 3) – в 4) – а 5) – г 6) – д 7) – ж</p>
6	<p>Какой термин определяется как: «Знак (символ), состоящий из текста и/или графики, являющийся отличительным, выражает основное направление деятельности фирмы, компании, организации»?</p> <p>а) товарный знак; б) графический знак; в) логотип</p>		в
7	<p>Назовите имя популярнейшего рекламного художника, считавшегося «отцом» жанра фирменного рекламного календаря, работавшего в стиле «модерн», разрабатывающего афиши спектаклей с участием примы парижской сцены - Сары Бернар?</p> <p>а) Анри де Тулуз-Лотрек; б) Альфонс Муха; в) Жюль Шере</p>		б
8	<p>Самая первая фотография в мире была сделана французом Жозефом Нисефором Ньепсом и носила название: «Вид из окна на Le Gras». В каком году появился этот снимок?</p> <p>а) 1826; б) 1858; в) 1838</p>		а
9	<p>Первым плакатным тезисом (сейчас бы это назвали слоганом) стала фраза из речи В.М. Молотова 22 июня 1941 года: «Наше дело правое, враг будет разбит, победа будет за нами». Одним из основных</p>		б

	персонажей военного плаката был образ женщины – матери, Родины, подруги, жены. Каким был первый военный плакат, расклеенный на стенах домов 23 июня 1941 года? а) «Родина-мать зовёт!», И.М. Тоидзе; б) «Беспощадно разгромим и уничтожим врага!», Кукрыниксы; в) «Будь героем!», В.Б. Корецкий	
10	Назовите имя известного модельера, который в середине XIX века стоял у истоков основания Домов моды, его деятельность неразрывно связана с таким понятием, как «высокая мода», и именно он придумал дефиле - показ нарядов перед публикой? а) Поль Пуаре; б) Дидье Грюмбах; в) Чарльз Фредерик Ворт	в

9.2.2. Варианты типовых заданий по дисциплине

№ п/п	Условия типовых заданий	Вариант ответа
1	Выполнить шрифтовую и изобразительно-шрифтовую композицию на заданную тему	Учтены пропорции заданного шрифта, межстрочное пространство, а также принципы построения изобразительно-шрифтовых композиций и способы сочетания шрифта с изображением. Инструменты и материалы: бумага, гуашь, тушь, перо, гелевая ручка, линер, маркер, линейка.
2	Создать собственный бренд одежды, продумать модный показ данной торговой марки, тематическую фотосессию и съемку «лукбука» коллекции	Выбранное направление в моде является актуальным, верно определена целевая аудитория. Имя бренда узнаваемо, понятно, ассоциируется с выбранным направлением в дизайне костюма. План проведения дефиле тщательно продуман, проработаны все детали модного показа, тематической фотосессии и съемки «лукбука».
3	Разработать логотип для заданного бренда	Логотип графическими средствами отражает основное направление деятельности заданного бренда, является узнаваемым, актуальным и уникальным, ассоциируется с выпускаемой продукцией, вызывает положительные эмоции, простой. Верно выбрано соответствующее цветовое решение логотипа и удачно подобран слоган. Инструменты и материалы: бумага, гуашь, тушь, перо, гелевая ручка, линер, маркер, линейка, циркуль.
4	Разработать дизайн плаката или афиши на заданную тему	Соблюдены все требования к разработке плаката или афиши. Инструменты и материалы: бумага, гуашь, тушь, перо, гелевая ручка, линер, маркер, линейка, клей, ножницы, вырезки из журналов, тонированная бумага. Возможно применение техники «коллаж».
5	Разработать дизайн буклета, визитной карточки и обложки на диск на заданную тему	Учтены все правила оформления рекламных буклетов, требования к созданию визитной карточки. Инструменты и материалы: бумага, гуашь, тушь, перо, гелевая ручка, линер, маркер, линейка, клей, ножницы, вырезки из журналов, тонированная бумага. Возможно применение техники «коллаж».

9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче контрольной работы и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013 г., протокол № 1)

9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная

Иная – устный опрос с последующим тестовым заданием и просмотром работ, выполненных за семестр.

9.3.3. Особенности проведения (контрольно работы)

Контрольная работа имеет комбинированный вид и включает просмотр учебно-творческих работ, устное собеседование и решение тестовых заданий.

На просмотр обучающийся должен представить работы по всему пройденному материалу за семестр. По окончании просмотра обучающийся представляет конспект всех лекций, а затем отвечает на теоретические вопросы, после чего решает тестовые задания. На подготовку к устному опросу и решение тестовых заданий отводится 30 минут. При этом обучающемуся не разрешается пользоваться учебно-справочной литературой и средствами мобильной связи.

Итоговая оценка является суммарной, складывающейся из отметки за представленные учебно-творческие работы, за ответы на вопросы, и решенные тесты.