

Колледж технологии, моделирования и управления

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«29» 06 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13

(Индекс дисциплины)

Дизайн и рекламные технологии

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 04

Специальность: 54.02.01 «Дизайн» (по отраслям): Дизайн интерьера, Промышленная графика, Дизайн ландшафта, ВЕБ-дизайн

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	68		
	Обязательные учебные занятия	44		
	Лекции, уроки	30		
	Практические занятия, семинары	14		
	Лабораторные занятия	-		
	Курсовой проект (работа)	-		
Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)	24(6)			
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен			
	Зачет	7		
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)			

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

и на основании учебного плана № 19-02/1/4, 19-02/1/5,
19-02/1/6, 19-02/1/7,
18-02/1/4, 18-02/1/5,
18-02/1/6, 18-02/1/7

Составитель(и): Преподаватель Калинина Л.В.

(должность, Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой
комиссии:

Сивунова М.Е..

(Ф.И.О. председателя, подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Корабельникова М.А.

(Ф.И.О. директора, подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная	<input checked="" type="checkbox"/>	Обязательная	<input type="checkbox"/>	Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл	<input type="checkbox"/>
Часть модуля	<input type="checkbox"/>	Вариативная	<input checked="" type="checkbox"/>	Математический и общий естественнонаучный учебный цикл	<input type="checkbox"/>
				Профессиональный учебный цикл	<input checked="" type="checkbox"/>
Профессиональный модуль:	<input type="text"/>		<input type="text"/>		
	<i>(Индекс модуля)</i>		<i>(Наименование профессионального модуля)</i>		

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области рекламных технологий, применения проектного метода дизайна в создании рекламного продукта.

1.3. Задачи дисциплины

- Познакомить с методами маркетинговых исследований в рекламе
- Изучить приемы применения дизайнерских технологий
- Раскрыть принципы выполнения эскизов с использованием различных графических средств и приемов
- Познакомить с приемами преобразования творческого источника в графический язык эскизов

1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- 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 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.

Профессиональные: (ПК)

- ПК 1.5. Выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов.
- ПК 2.1. Применять материалы с учетом их формообразующих свойств.

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Уметь:
- 1) Применять художественные средства гармонизации рекламного продукта (ОК 4-6, 8-9, ПК 1.5, 2.1)
 - 2) Определять стратегию рекламных технологий (ОК 4-6, 8-9, ПК 1.5,2.1)
 - 3) Производить выбор наиболее эффективных дизайнерских технологий ((ОК 4-6, 8-9, ПК 1.5,2.1)
- Знать:
- 1) Этапы проектирования рекламного продукта (ОК 4-6, 8-9, ПК 1.5,2.1)
 - 2) Закономерности и особенности приемов дизайнерских технологий (ОК 4-6, 8-9, ПК 1.5,2.1)
 - 3) Каналы распространения рекламы (ОК 4-6, 8-9, ПК 1.5,2.1)

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

- ОП.05 История дизайна – ОК 4,5,6,8,9
- ОП.14. Основы композиции – ОК 8,9, ПК 1.5
- ОП.15 Проектирование рекламного продукта – 5 семестр - ОК 4, 9
- ОП.17 Промышленная графика в профессиональной среде — ОК 8,9, ПК 1.5

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Введение. Роль дизайна и рекламных технологий в общественно-экономическом развитии общества. История развития дизайна и рекламы в России и за рубежом. Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» и её взаимосвязь с другими дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Соотношение теоретических и практических занятий.	4		
Тема 1. Конструирование рекламного пространства Социально-значимые проекты. Понятие социума и целевой аудитории. Современные технологии в работе с архитектурным пространством. Гештальт-технологии, переработка-набросок. Немедийные средства рекламы Печатная реклама. Сувенирная реклама. Реклама на выставках и ярмарках. Нетрадиционные виды каналов распространения рекламы. Мероприятия по стимулированию сбыта, метод комплексного использования каналов распространения рекламы. Связи с общественностью. Организация визуального пространства в трех уровнях. Психология восприятия пространства. Мышление и воображение. Эстетические категории восприятия. Понятие дизайна продукта. Упаковка. Бренд. Марка. Товарный знак. Рекламная кампания.	24		
Тема 2. Конструирование рекламного продукта Возникновение и развитие рекламы. Истоки рекламной коммуникации. Европа в Новое время. Глашатаи – первые профессионалы рекламного дела. Предметно-изобразительная реклама. Письменная реклама: граффити, album, римская протогазета. Реклама зрелищ – афиша. Изобразительная и письменная реклама позднего средневековья. Реклама в России: от Средневековья к Новому времени Лубочные традиции в российской рекламе. Начало живописных и рукописных вывесок. Развитие ремесла и декоративно – прикладного искусства в России 15-17 века. Организация восприятия рекламного коммерческого плаката. Художественно-графические приемы в жанре плаката. Слоган и обращение в плакате. Афиша как рекламный плакат. Дизайн-технологии в конструировании рекламного плаката. Золотое сечение. Сетка пропорционирования. Кадр. А-квадрат. Поиск смыслового центра. Композиционный и геометрический центр. Навигаторы. Контраст и ритм в плакате.	24		
Текущий контроль по дисциплине – устный опрос, просмотр работ	8		
Промежуточная аттестация в 7 семестре – дифференцированный зачет	8		
ВСЕГО:	68		

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)
Введение	7	2				
Тема 1	7	12				
Тема 2	7	14				
Дифф зачет	7	2				
ВСЕГО:		30				

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 1	Практическая работа №1. Организация пространства в стиле Кандинского.	7	2				
Тема 1	Практическая работа №2. Графическая переработка визуализации интерьера с использованием технологии Гештальт.	7	2				
Тема 1	Практическая работа №3. Организация визуального пространства в 3-х уровнях торгового зала.	7	2				
Тема 2	Практическая работа №4. Построение сетки пропорционирования формата плаката с использованием правил золотого сечения.	7	2				
Тема 2	Практическая работа №5. Поиск смыслового центра на примере конкретного плаката.	7	2				
Тема 2	Практическая работа №6. Поиск композиционного и геометрического центра на примере конкретного плаката.	7	2				
Тема 2	Практическая работа №7. Выделение элементов конкретного плаката с функциями навигации, внимания и действия.	7	2				
ВСЕГО:			14				

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
Тема 1,2	Просмотр работ	7	2				
Тема 1,2	Устный опрос	7	3				

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 для практической работы	7	6				
Подготовка к устному опросу	7	2				
Подготовка к просмотру работ	7	4				
Консультации	7	6				
Подготовка к зачету	7	6				
ВСЕГО:		24				

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
Лекции, уроки: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями и примерами на основе реальных проектов	Дискуссия, мозговой штурм.	24		
Практические занятия, семинары: Практическое применение теоретических знаний - разработка собственных дизайнерских проектов (малых форм) – пиктограмм, визиток, плакатов	Проблемное обучение, метод конкретных ситуаций, компьютерная презентация	12		
Лабораторные занятия: не предусмотрены				
ВСЕГО:		36		

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 занятий, прохождение текущего контроля.	30	<ul style="list-style-type: none"> • 3 балла за занятие (всего 22 занятия) – максимум 66 баллов • 4 балла за практическую работу (всего 7 практических работ) – максимум 28 баллов • Ведение тетради – максимум 6 баллов
2.	Подготовка и представление устных докладов, либо участие в олимпиадах, внеклассных мероприятиях, Неделе дизайна	20	<ul style="list-style-type: none"> • 10 баллов за выступление с сообщением с презентацией на занятии, (всего 2 выступления) - максимум 20 баллов; • Участие в олимпиаде – максимум 30 баллов • Участие в неделе дизайна и других внеклассных мероприятиях по дисциплине – максимум 20 баллов • Участие в выставках – 30 баллов

3	Прохождение промежуточной аттестации (дифференцированный зачет)	50	<ul style="list-style-type: none"> • Правильные ответы на вопросы – 2 вопроса по 30 баллов, максимум до 60 баллов • Представление портфолио – до 40 баллов
ИТОГО (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

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

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Овчинникова Р.Ю.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама / Курушин В.Д.. — 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

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

1. Туголукова Е.Н. Организация и сопровождение рекламных кампаний [Электронный ресурс]: учебное пособие / Туголукова Е.Н. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 80 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019115, по паролю.

2. Кузнецова М.Р. Техника графики и принципы современного дизайна. Техники графики мягкими материалами. Техника линейной графики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кузнецова М.Р. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 0 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019223, по паролю.

3. Промышленная графика в профессиональной среде. Практические работы [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Кудряшова Е. С. — СПб.: СПбГУПТД, 2020.— 17 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020312, по паролю.

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

1. Первый познавательный портал 1-pp.ru , категория Графика и дизайн [Электронный ресурс]. URL: <http://1-pp.ru/>

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

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Office Standart 2016

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

1. Стандартно оборудованный кабинет дизайнера с выходом в сеть Интернет
2. компьютер, видеопроектор с экраном.

8.6. Иные сведения и (или) материалы

1. Не предусмотрены

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
ОК4	Применяет поиск информации при выполнении заданий по конструированию рекламного плаката	вопросы по дисциплине, практическое задание	Перечень вопросов по дисциплине (26); сборник практических заданий
ОК5	Применяет информационно-коммуникационные технологии при формировании рекламных обращений	вопросы по дисциплине, практическое задание	Перечень вопросов по дисциплине (26); сборник практических заданий
ОК 6	Демонстрирует умение общаться на профессиональную тему, применяет профессиональную терминологию	вопросы по дисциплине, практическое задание	Перечень вопросов по дисциплине (26); сборник практических заданий
ОК8	Демонстрирует необходимость самостоятельного личностного развития, планирует самостоятельную работу по изучению художественно-графических приемов в плакате	вопросы по дисциплине, практическое задание	Перечень вопросов по дисциплине (26); сборник практических заданий
ОК9	Определяет различие в применяемых профессиональных технологиях, и применяет их для решения профессиональных задач.	вопросы по дисциплине, практическое задание	Перечень вопросов по дисциплине (26); сборник практических заданий
ПК 1.5.	Демонстрирует способность выполнять эскизирование для рекламных продуктов в различных техниках	вопросы по дисциплине, практическое задание	Перечень вопросов по дисциплине (26); сборник практических заданий
ПК 2.1	Анализирует различные свойства материалов при разработке дизайна упаковки	вопросы по дисциплине, практическое задание	Перечень вопросов по дисциплине (26); сборник практических заданий

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Контрольная 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)	<p>Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>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.</p>
61 – 74		<p>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.</p>	<p>Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
51 - 60	3 (удовлетворительно)	<p>Ответ воспроизводит в основном только аудиторные 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.</p>	<p>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.</p>
40 – 50		<p>Ответ неполный, основанный только на аудиторных 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.</p>	<p>Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	<p>Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>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.</p>
1 – 16		<p>Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>
0		<p>Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>	<p>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</p>

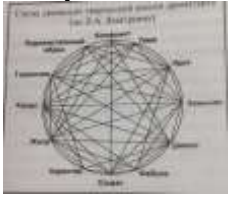

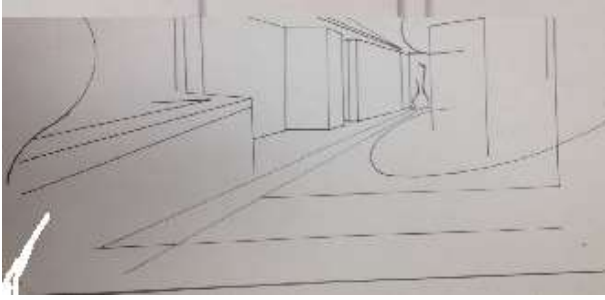
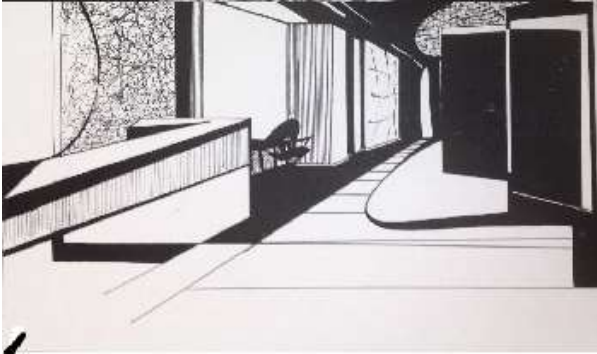
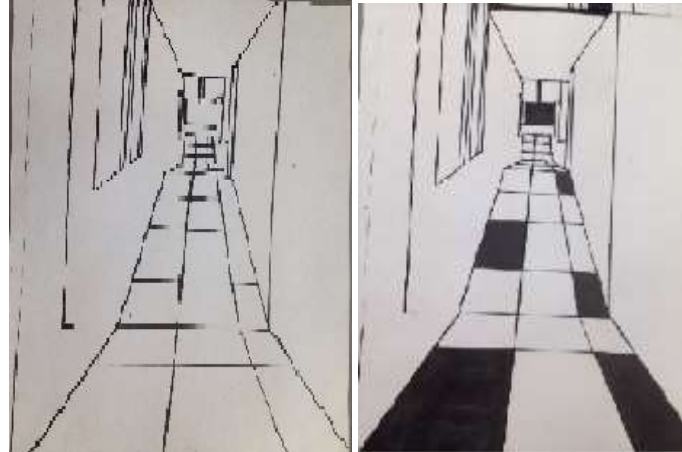

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний





9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

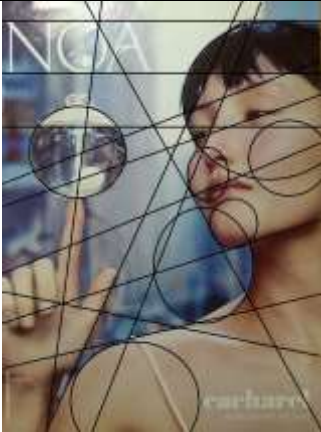

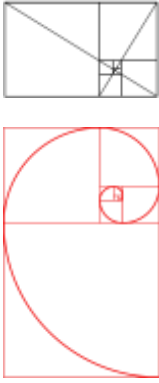


№ п/п	Формулировка вопросов
1	Перечислить задачи, основные принципы и объекты рекламы
2	Понятие социума и целевой аудитории
3	Организация визуального пространства в трех уровнях. Психология восприятия пространства.
4	Мышление и воображение. Эстетические категории восприятия
5	Основные каналы распространения рекламы
6	Реклама на выставках и ярмарках
7	Понятие дизайна продукта. Упаковка. Бренд. Марка. Товарный знак.
8	Немедийные средства рекламы, их отличительные особенности.
9	Понятие фирменного стиля, основные элементы фирменного стиля.
10	Композиционный и геометрический центр в плакате. Навигаторы. Контраст и ритм в плакате.
11	Определение, виды, классификация логотипов, знаков, пиктограмм
12	Основные концепции фирменного стиля, план действий и работ по разработке фирменного стиля
13	Преимущества плакатов перед другими видами рекламной полиграфии
14	История плаката
15	Виды и форматы плакатов
16	Плакат и прикладная графика эпохи модерна
17	Стиль модерн в рекламе и дизайне. Ведущие дизайнеры данной эпохи
18	Стиль модерн в России.
19	Первые промышленные выставки.
20	Промышленные выставки 19 века и их вклад в развитие дизайна
21	Золотое сечение. Сетка пропорционирования. Кадр. А-квадрат. Поиск смыслового центра.
22	Афиша как рекламный плакат. Дизайн-технологии в конструировании рекламного плаката
23	Сувенирная реклама
24	Письменная реклама: граффити, album, римская протогазета
25	Изобразительная и письменная реклама позднего средневековья.
26	Лубочные традиции в российской рекламе. Начало живописных и рукописных вывесок.

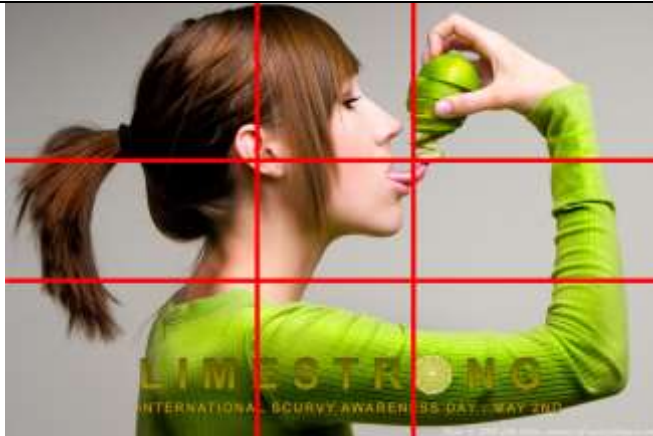
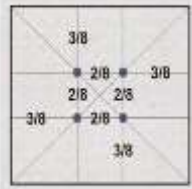
Варианты типовых заданий (задач, кейсов) по дисциплине

№ п/п	Условия типовых заданий (задач, кейсов)	Вариант ответа
1	<p>Выбрать используемый образ или инспирирующий источник в организации пространства</p> 	<p>По мотивам инспирирующего источника</p> 

<p>2</p>	<p>Определить принцип организации пространства, применив драматургическую схему</p> 	 <p>Принцип сценария пространства по мотивам фильма «Один дома»</p>
<p>3</p>	<p>Найти приемы технологий гештальта в интерьере - работа с визуальным образом</p>	<p>Работа ритма деталей, прием «сравнение»</p>  
<p>4</p>	<p>Найти приемы технологий гештальта в интерьере - работа с визуальным образом</p>	<p>Работа графической конструкции. Прерывание - продление линии</p> 
<p>5</p>	<p>Применить схему оформления торгового зала</p> 	<p>Дизайн предметной среды в архитектурном сооружении по принципу организации визуального пространства в 3-х уровнях</p>

		
6	<p>Пояснить принцип раскладки и развески товара</p>	<p>По правилам мерчендайзинга при организации визуального пространства торгового зала - по сезону, по цвету</p> 
7	<p>Показать в плакате или афише организованное пространство с фронтальной или воздушной перспективой</p>	 <p>Построение сетки пропорционирования из прямоугольников с единым центром</p>
8	<p>Показать в плакате или афише организованное пространство,</p>	 <p>Построение сетки пропорционирования с фигурами элементарной геометрии Круг, треугольник, квадрат</p>
9	<p>Найти конструктивные связи в афише или плакате, используя конструктивные</p>	<p>Продление кривых и прямых, точки пересечения</p>

	ЛИНИИ.	
10	<p>Определить пропорции по правилам золотого сечения при пропорционирования формата плаката: 3:5, 5:8, 8:13</p>	<p>8:13</p> 
11	<p>Найти смысловой центр плаката по схеме А-квадрата</p> 	 <p>Центр спирали по архитектурному принципу золотого сечения</p> 
12	Найти композиционный, оптический и геометрический центры плаката.	. Оси срединные и диагональные.



Прямые через точки деления сторон на 8 частей.



Оси срединные и диагональные.



Треугольник с вершинами на акцентах

13	Выделить элементы плаката с функциями навигации, внимания и действия.	<p style="text-align: center;">Ритм, контраст, направление</p> 
----	---	---

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

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

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 27.04.2021г., протокол № 5)

9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная

Иная – письменный ответ на теоретические вопросы с последующим устным собеседованием по портфолио практических работ

9.3.3. Особенности проведения зачета

Дифференцированный зачет состоит из двух этапов. Сначала обучающиеся письменно отвечают на 2 теоретических вопроса, затем проходит устное собеседование по портфолио практических работ. Работа выполняется аудиторно в течение 2 академических часов. При ответе на теоретические вопросы обучающимся не разрешается пользоваться конспектами, справочными материалами, средствами мобильной связи.