

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

« 30 » июня 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.16**

(Индекс дисциплины)

**Графический дизайн в рекламе**

(Наименование дисциплины)

Кафедра: **16** Дизайна рекламы

Код

Наименование кафедры

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки: Дизайн рекламы

Уровень образования: Бакалавриат

### 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)	Всего	<b>216</b>	<b>216</b>	
	Аудиторные занятия	<b>108</b>	<b>81</b>	
	Лекции			
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	108	81	
	Самостоятельная работа	63	99	
	Промежуточная аттестация	<b>45</b>	<b>36</b>	
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	7	9	
	Зачет	8	10	
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)			
<b>Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная							<b>4</b>	<b>2</b>				
Очно-заочная									<b>4</b>	<b>2</b>		
Заочная												

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по соответствующему направлению подготовки (специальности)

и на основании учебного плана № 1/1/647, 1/2/649

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая  Обязательная  Дополнительно является факультативом   
 Вариативная  По выбору

## 1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области графического дизайна в рекламе.

## 1.3. Задачи дисциплины

- Раскрыть классификацию и типологию основных видов рекламы в области графического и средового дизайна
- Рассмотреть специфику проектирования графического дизайна в городской среде
- Продемонстрировать применения приемов макетирования и технических средств в процессе проектирования видов рекламы в области графического и средового дизайна

## 1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-2	Способность обосновывать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи	Второй

### Планируемые результаты обучения

Знать:

1) основы специальной терминологии;

классификацию и типологию основных видов рекламы в области графического и средового дизайна

Уметь:

1) проектировать графический дизайн в городской среде с использованием компьютерных технологий по ведущим критериям: «функциональное назначение», «конструкция», «структурная организация», «изобразительно-смысловое решение», «графические средства выразительности»

Владеть:

1) техническими навыками проектирования и опытом макетирования с учетом средств композиционного построения и моделирования из различных материалов;

- 1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:
- Проектирование (ПК-2)
- Информационные технологии (ПК-2)
- Шрифты и типографика (ПК-2)

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<b>Учебный модуль 1.Значение графического дизайна в рекламе.</b>			
Тема 1.Экономические, социокультурные и творческие предпосылки развития российского дизайна рекламы. Происхождение и роль рекламы. Реклама в России. Эволюция рекламы. Функции рекламы. Классификация рекламы.	8	9	
Тема 2.Дизайн рекламы: концептуальные подходы к проектному творчеству.	8	9	

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Понятие рекламная компания и ее основные составляющие.			
<b>Тема 3. Моделирование творческой стратегии рекламы.</b> Что такое творчество. Этапы творческого процесса. Развитие творческого мышления. Креатив в дизайне рекламы.	11	12	
<b>Текущий контроль 1 – просмотр</b>	2	2	
<b>Учебный модуль 2. Концепция дизайн-проекта</b>			
<b>Тема 4 Исследование.</b> Значение исследования в области проектирования и анализ материала. Этапы исследования дизайн-продукта. Анализ конкурентов на рынке. Сходства и различия. Позиционирование товара на рынке.	11	12	
<b>Тема 5. Дизайн-проектирование рекламного образа: рекламная концепция.</b> Что такое идея и откуда они рождаются. Разнообразные методики для повышения уровня творческого мышления.	11	12	
<b>Тема 6. Составляющие рекламной кампании.</b> Основные задачи, стоящие перед дизайнером при разработке дизайн-продукта. Понятие целевой аудитории, ее значение при проектировании. Важность учета цветовой гаммы в зависимости от целевой аудитории.	11	12	
<b>Текущий контроль 2 – просмотр</b>	2	2	
<b>Учебный модуль 3. Проектирование рекламного дизайн-продукта.</b>			
<b>Тема 7. Этапы проектирования. Значение последовательного проектирования.</b> Выбор рекламного продукта для дизайн-проекта. Проектные технологии по созданию графической дизайн продукции.	11	12	
<b>Тема 8. Особенности проектирования рекламных текстов.</b> Что такое слоган. Значение мозгового штурма при разработке рекламного текста. Методы создания слоганов. Стили рекламных текстов.	11	12	
<b>Тема 9. План проектирования.</b> Значение планирования дизайн-проектирования. Постановка цели проектирования.	11	12	
<b>Текущий контроль 3 – просмотр</b>	2	2	
<b>Промежуточная аттестация : ЭКЗАМЕН</b>	45	36	
<b>Учебный модуль 4. Дизайн-графика как средство массовой коммуникации.</b>			
<b>Тема 10. Формообразование графического дизайна в рекламе.</b> Шрифтовое оформление. Геометрическая структура. Стилизованное оформление. Фотоколлаж.	10	10	
<b>Тема 11. Фотография как художественное средство рекламы.</b> Особенности фотографии в рекламе. Концептуальная фотография.	10	10	
<b>Тема 12. Проникновение графики и фотографии на разнообразные носители.</b> Особенности восприятия графической и изобразительной информации на разных носителях.	12	12	
<b>Текущий контроль 4 – просмотр</b>	2	2	
<b>Учебный модуль 5. Рекламные носители.</b>			
<b>Тема 13. Особенности размещения рекламы в городской среде.</b> Психология восприятия рекламы.	12	12	
<b>Тема 14. Разнообразные виды и принципы рекламы.</b> Реклама-итрига. Создание единого графического стиля для дизайн-продукции.	12	12	
<b>Текущий контроль 5 – просмотр</b>	2	2	
<b>Промежуточная аттестация 2- ЗАЧЕТ</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	
<b>ВСЕГО:</b>	<b>216</b>	<b>216</b>	

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

#### 3.1. Лекции

не предусмотрено

### 3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Практические и семинарские занятия	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	Эволюция рекламы <i>семинар</i>	7	6	9	5		
2	Понятие рекламная компания и ее основные составляющие. <i>Семинар</i>	7	6	9	5		
3	Разработка графического изображения на основе общих приёмов макетирования <i>практическая работа</i>	7	8	9	5		
4	Значение исследования в области проектирования <i>семинар</i>	7	8	9	6		
5	Разработка модуля в проектировании рекламного образа <i>практическая работа</i>	7	8	9	6		
6	Понятие целевой аудитории, ее значение при проектировании <i>семинар</i>	7	8	9	6		
7	Разработка визуально-эстетического решения рекламного модуля: функция, конструкция, форма) <i>практическая работа</i>	7	8	9	6		
8	Создание слоганов и рекламных текстов <i>практическая работа</i>	С	8	9	6		
9	Постановка цели проектирования <i>семинар</i>	7	8	9	6		
10	Проектирование рекламно графической модели <i>практическая работа</i>	8	8	10	6		
11	Создание серии концептуальной фотографии. <i>Практическая работа</i>	8	8	10	6		
12	Особенности восприятия графической и изобразительной информации на разных носителях. <i>Семинар</i>	8	8	10	6		
13	Психология восприятия рекламы. <i>Семинар</i>	8	8	10	6		
14	Создание единого графического стиля для дизайн-продукции <i>практическая работа</i>	8	8	10	6		
<b>ВСЕГО:</b>			108		81		

### 3.3. Лабораторные занятия

не предусмотрены

## 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

не предусмотрено

## 5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, 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
1,2,3	просмотр	7	3	9	5		
4,5	просмотр	8	2	10	2		

## 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)
Подготовка к практическим занятиям	7	31	9	57		
	8	20	10	30		
Подготовка к зачету	8	12	10	12		
Подготовка к экзамену	7	45	9	36		
<b>ВСЕГО:</b>		<b>108</b>		<b>135</b>		

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	Не предусмотрено			
Практические и семинарские занятия	- мастер-класс - Разбор конкретных ситуаций; - Использование проектно-организованных технологий обучения работе в команде над комплексным решением практических задач.	32	24	
Лабораторные занятия	Не предусмотрено			
<b>ВСЕГО:</b>		<b>32</b>	<b>24</b>	

### 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 и практических (семинарских) занятий,	35	<i>7 семестр</i> 5 баллов за работу на практических занятиях (17 занятий в 7 семестре по 4 часа) Максимум 85 баллов 15 баллов за подготовку к практическим занятиям Максимум 15 баллов Максимум 100 баллов

			<b>8 семестр</b> 5 баллов за работу на практических занятиях (10 занятий в семестре по 4 часа) <b>Максимум 50 баллов</b> по 10 баллов за разработку предварительных эскизов по каждой теме (5 тем) <b>Максимум 50 баллов</b> <b>Максимум 100 баллов</b>
2	Прохождение текущего контроля	35	<b>7 семестр</b> по 25 баллов за 1,2 просмотр 50 баллов за 3 просмотр <b>Максимум 100 баллов</b> <b>8 семестр</b> 50 баллов за каждый текущий просмотр в семестре (2 просмотра в семестр). <b>Максимум 100 баллов</b>
3	Сдача зачета с оценкой, экзамена	30	<b>Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 50 баллов.</b> <b>Выполнение практического задания -50 баллов</b> <b>Максимум 100 баллов</b>
<b>Итого (%):</b>		<b>100</b>	

### 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. Веселова Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Веселова Ю.В., Семёнов О.Г.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.— 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44764>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»/ Овчинникова Р.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 239 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52069>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

#### б) дополнительная учебная литература

1. Глазова М.В. Изобразительное искусство. Алгоритм композиции [Электронный ресурс]: учебное пособие / Глазова М.В., Денисов В.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Когито-Центр, 2012.— 220 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15255>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Графический дизайн рекламы. Плакат [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Веселова Ю.В., Семёнов О.Г.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.— 104 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44764>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

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

- 1.Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. С. В. Спицкий. — СПб.: СПбГУПТД, 2015. – Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_get\\_file.php?id=2015811](http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811), по паролю.

2. Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. – СПб.: СПГУТД, 2014. – 26 с. – Режим доступ [http://publish.sutd.ru/tp\\_get\\_file.php?id=2014550](http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550), по паролю.

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

1. Интернет-портал «Российской газеты» [Электронный ресурс]: <https://rg.ru/>
2. Русский музей [Электронный ресурс]: <http://rusmuseum.ru/>
3. Сетевое издание «РИА Новости» [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/>
4. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]: <http://www.iprbookshop.ru>
5. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]: <http://publish.sutd.ru>

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

1. Офисный пакет Microsoft Office
2. Adobe Creative Cloud for Teams

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

1. Стандартно оборудованная аудитория;
2. Видеопроектор с экраном;
3. Компьютер.

### 8.6. Иные сведения и (или) материалы

1. Студенческие работы из методфонда.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся	Организация деятельности обучающегося
Лекции	Не предусмотрено
Практические занятия	обсуждение вопросов по учебному материалу дисциплины; выполнение практических заданий, получение навыков проектной работы подготовка ответов к контрольным вопросам
Лабораторные занятия	Не предусмотрено
Самостоятельная работа	<p>Данный вид работы предполагает расширение и закрепление знаний, умений и навыков, усвоенных на аудиторных занятиях путем самостоятельной проработки учебно-методических материалов по дисциплине и другим источникам информации;</p> <p>Выполнение заданий к практическим работам</p> <p>Самостоятельная работа выполняется индивидуально, а также может проводиться под руководством (при участии) преподавателя.</p> <p>Следует предварительно изучить методические указания по выполнению самостоятельной работы,</p> <p><b>При подготовке к экзамену, зачету</b> необходимо ознакомиться с демонстрационным вариантом задания, перечнем вопросов проработать конспекты лекций и практических занятий, рекомендуемую литературу, получить консультацию у преподавателя, подготовить презентацию материалов.</p>

## 10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

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

### 10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-2/ Второй этап	Объясняет взаимодействие дизайнерских и архитектурных установок при проектировании средового образа с учетом особенностей исторического развития дизайна в связи с развитием науки, техники и технологии	Вопросы для устного собеседования	<i>Перечень вопросов для устного собеседования (28 вопросов)</i>
	Создает дизайн – проект, адаптируя в своей дизайнерской деятельности новые достижения информационных технологий, отражающее функциональность, структурность, смысловое решение.	Практическое задание	<i>Один тип заданий</i>
	Представляет дизайн-проект, с использованием технических приёмов, и обоснованием своего предложения разработки творческой идеи	Практическое задание	<i>Один тип заданий</i>

### 10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

#### Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
86 - 100	5 (отлично)	<i>Критическое и разностороннее рассмотрение предложенного для переустройства проекта, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источником. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям, развернутый полный ответ на вопрос <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>
75 – 85	4 (хорошо)	<i>Задание выполнено в необходимой полноте и с требуемым качеством. Существуют незначительные ошибки. полный ответ на вопрос <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>
61 – 74		<i>Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы, ответ на вопрос <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>
51 - 60	3 (удовлетворительно)	<i>Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. не полный ответ на вопрос <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>
40 – 50		<i>Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Ответ на вопрос с неточностями. <b>Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	<i>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы, ответ не точный, с ошибками. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>
1 – 16		<i>Содержание работы полностью не соответствует заданию, в ответе много неточностей. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>
0		<i>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы, на вопрос нет ответа. <b>Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</b></i>

\* **Существенные ошибки** – недостаточная глубина и осознанность ответа (например, студент не смог применить теоретические знания для объяснения явлений, для установления причинно-следственных связей, сравнения и классификации явлений и т.д.).

\* **Несущественные ошибки** – неполнота ответа (например, упущение из вида какого-либо нехарактерного факта, дополнения при описании процесса, явления, закономерностей и т.д.); к ним могут быть отнесены оговорки, допущенные при невнимательности студент

## 10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

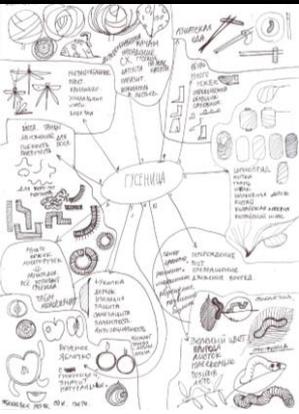
### 10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	Функции рекламы.	1
2	Классификация рекламы.	1
3	Понятие - рекламная компания	2
4	Основные составляющие рекламной компании	2
5	Этапы творческого процесса проектирования рекламы средствами графического дизайна	3
6	Развитие творческого мышления процесса проектирования рекламы средствами графического дизайна	3
7	Значение исследования в области проектирования и анализ материала процесса проектирования рекламы средствами графического дизайна	4
8	Этапы исследования дизайн-продукта	4
9	Обоснование идеи в процессе проектирования рекламы средствами графического дизайна	5
10	Разнообразные методики для повышения уровня творческого мышления в процессе проектирования рекламы средствами графического дизайна	5
11	Основные задачи, стоящие перед дизайнером при разработке дизайн-продукта рекламной компании	6
12	Понятие целевой аудитории, ее значение при проектировании рекламы средствами графического дизайна	6
13	Выбор рекламного продукта для дизайн-проекта рекламной компании	7
14	Проектные технологии по созданию графической дизайн продукции рекламной компании	7
15	Значение мозгового штурма при разработке рекламного текста.	8
16	Методы создания слоганов в дизайн-проекте рекламной компании	8
17	Значение планирования дизайн-проектирования объекта рекламной компании	9
18	Постановка цели проектирования в процессе проектирования рекламы средствами графического дизайна	9
19	Шрифтовое оформление объекта дизайна процесса проектирования рекламы средствами графического дизайна	10
20	Фотоколлаж в процессе проектирования рекламы средствами графического дизайна	10
21	Особенности фотографии в рекламе.	11
22	Концептуальная фотография в процессе проектирования рекламы средствами графического дизайна	11
23	Особенности восприятия графической рекламы	12
24	Особенности восприятия изобразительной информации на разных рекламных носителях	12
25	Психология восприятия рекламы.	13
26	Особенности визуального воздействия средствами графического дизайна в рекламе	13
27	Понятие – «Реклама-итрига»	14
28	Методы Создание единого графического стиля для рекламной дизайн-продукции	14

**Вариант тестовых заданий, разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций не предусмотрено**

**10.2.2. Перечень тем докладов (рефератов, эссе, пр.), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций не предусмотрено**

**Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
1	<p><b>Тема 4 Исследование.</b></p> <p><b>Задание:</b> Разработать карту ассоциаций с использованием приемов мозгового штурма</p>	 <p>карта ассоциации пример выполнения задания</p>
2	<p><b>Тема 12. Проникновение графики и фотографии на разнообразные носители.</b></p> <p><b>Задание:</b> Разработать в материале Рекламный носитель – футболка по теме дизайн-проекта футболки «Я - абстракционист», с использованием технических приёмов и обоснованием своего предложения разработки творческой идеи</p>	 <p>Рекламный носитель – футболка. Дизайн-проект футболки «Я - абстракционист»</p>  <p>Рекламный носитель – футболка. Дизайн-проект футболки для музыкальной группы Пример выполнения задания</p>

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

**10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности**

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

**10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная\*

*\*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение*

**10.3.3. Особенности проведения (экзамена, зачета)**

Зачет, экзамен проводится в форме просмотра творческих заданий. Студенту задаются вопросы теоретические вопросы по пройденным учебным модулям, вопросы по выполненным творческим заданиям, в соответствии с показателями оценивания компетенций.