

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

« 30 » июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.09.02

(Индекс дисциплины)

Комплексная рекламная деятельность

(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	216	216	
	Аудиторные занятия	102	64	
	Лекции			
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	102	64	
	Самостоятельная работа	78	116	
	Промежуточная аттестация	36	36	
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	7	10	
	Зачет	6	9	
	Контрольная работа			
	Курсовой проект (работа)			
Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)		6	6	

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная						3	3					
Очно-заочная									3	3		
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 Комплексной рекламной деятельности, как творческого направления

1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть общее представление о специальной терминологии, классификацию и типологию основных видов рекламы в области программы дисциплины
- Раскрыть принципы моделирования рекламного графического дизайна в городской среде
- Продемонстрировать особенности художественно-технических приёмов при создании дизайн – проекта в рекламной деятельности

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

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-3	Способность учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств	ВТОРОЙ
Планируемые результаты обучения Знать: 1) основы специальной терминологии, классификацию и типологию основных видов рекламы в области программы дисциплины; Уметь: 1) моделировать рекламный графический дизайн в городской среде с применением полученных знаний в области компьютерных технологий, а также профессиональной дизайнерской работе; Владеть: 1) навыками художественно-технических приёмов при создании дизайн-проекта, техническими навыками проектирования и опытом макетирования и выбора средств композиционного построения и моделирования из различных материалов, с учетом всех профессиональных составляющих		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- Искусство коллажа (ПК-3)
- Бумажная пластика (ПК-3)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Учебный модуль 1. Теоретические основы дизайна рекламы.			
Тема 1. Общие сведения о рекламе. Экономические, социокультурные и творческие предпосылки развития дизайна рекламы. Особенности рекламы отдельных категорий товаров и услуг.	13	13	

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Тема 2. Понятия и термины в рекламе. Традиционные и нетрадиционные виды каналов распространения рекламы. Создание рекламного дизайнерского продукта. Основные задачи. Целевые группы. Реклама и ее потребитель.	13	13	
Текущий контроль 1 реферат	2	2	
Учебный модуль 2. Дизайн рекламы: концептуальные подходы к проектному творчеству.			
Тема 3. Моделирование творческой стратегии рекламы в городской среде. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Витринная реклама. Кино-, радио- и телереклама. Печатная реклама. Тара и упаковка. Социальная реклама.	13	13	
Тема 4 Дизайн-проектирование рекламного образа. Рекламная концепция товара. Особенности рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы. Каналы распространения рекламы, рожденные новыми технологиями.	13	13	
Тема 5. Дизайнерская и рекламная концепции товара, услуг: сходство, различия, взаимосвязи. Дизайн рекламы: концептуальные подходы к проектному творчеству. Классификация рекламы, ее объект и рекламная коммуникационная система. Реклама и ее потребитель. Рекламная кампания. Объект рекламы. Основная функция рекламы. Рекламная коммуникационная система и основные субъекты рекламного рынка.	13	13	
Текущий контроль 2 доклад	2	2	
Учебный модуль 3 Проектирование рекламного графического дизайна.			
Тема 6. Теоретические и практические модели разработки рекламной концепции товара. Брэнднг: долгосрочная стратегия разработки рекламного образа. Структура плана компании. Ситуационный анализ. Стратегия компании.	13	13	
Тема 7. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара. Макет. Стили макета. Разработка макета. Художественное оформление. Воспроизведение в масштабе и цвете.	16	16	
Текущий контроль 3 доклад	2	2	
Промежуточная аттестация по дисциплине - ЗАЧЕТ	8	8	
Учебный модуль 4 Творческие концепции рекламного обращения			
Тема 8 Рекламное сообщение в системе массовой коммуникации. Этапы творческого процесса. Пути творческого решения рекламной задачи. рациональный творческий подход. Эмоциональный творческий подход	17	17	
Тема 9. Конструктивные элементы рекламного воздействия. Композиционные и рекламные закономерности. Творческая концепция. Стратегия и творчество. Творческое мышление. Творческий процесс. Творческие решения.	17	17	
Текущий контроль4 – просмотр	2	2	
Учебный модуль 5. Проектирование рекламного образа			
Тема 10. Дизайн-проектирование рекламного образа: творческая концепция рекламного обращения. Рекламное сообщение в системе массовой коммуникации. Виды обращений. Слоганы. Корпоративные слоганы. Видео реклама. Визуальные технологии. Заголовок. Структура рекламного объявления. Стили рекламных текстов.	17	17	
Тема 11. Дизайн-проектирование рекламного образа: тактика и стратегия коммуникации. Проблемы рекламы: новое творческое видение. Значение рекламных текстов. План творческой работы. Идея. Преобразование идеи в творческий образ. Преобразование идеи в зримый образ.	17	17	
Текущий контроль 5– просмотр	2	2	
Промежуточная аттестация по дисциплине 2 ЭКЗАМЕН	36	36	
ВСЕГО:	216	216	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции - не предусмотрены

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	Обзор общих сведений о рекламе <i>семинар</i>	6	7	9	4		
2	Рассмотрение понятий и основных терминов в рекламе <i>семинар</i>	6	7	9	4		
3	Основы моделирования творческой стратегии рекламы в городской среде <i>семинар</i>	6	7	9	4		
4	Основы дизайн-проектирования рекламного образа <i>семинар</i>	6	7	9	4		
5	Обзор дизайнерской и рекламной концепции товара, услуг: сходство, различия, взаимосвязи. <i>семинар</i>	6	7	9	4		
6	Обзор теоретических и практических моделей разработки рекламной концепции товара <i>семинар</i>	6	7	9	4		
7	Обзор проектных технологий воплощения рекламной концепции товара <i>семинар</i>	6	9	9	10		
8	Разработка рекламного сообщения на основе эмоционального творческого подхода <i>Практическая работа</i>	7	12	10	7		
9	Разработка рекламного сообщения на основе композиционных и рекламных закономерностей <i>Практическая работа</i>	7	12	10	7		
10	Разработка рекламного сообщения с использованием слогана <i>Практическая работа</i>	7	12	10	7		
11	Разработка дизайна рекламного образа <i>Практическая работа</i>	7	15	10	13		

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)
ВСЕГО:			102		64		

3.3. Лабораторные занятия - не предусмотрено

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	реферат	6	1	9	1		
2,3	доклад	6,7	2	9,10	2		
4,5	просмотр	7	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 (семинарским) занятиям	6	49	9	66		
	7	21	10	42		
Подготовка к зачету	6	8	9	8		
Подготовка к экзамену	7	36	10	36		
ВСЕГО:		114		152		

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	поиск вариантов решения проблемных ситуаций (case-study),	57	36	

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лабораторные занятия	не предусмотрено			
ВСЕГО:		57	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 практических занятий	20	5 баллов за работу на практических занятиях (17 занятий в каждом семестре), Максимум 85 баллов 15 баллов подготовку к практическим занятиям в каждом семестре – сбор материала по изучаемым темам. Максимум 15 баллов Максимум 100 баллов
2	Прохождение текущего контроля	40	6 семестр 50 баллов за каждый промежуточный контроль: (реферат и доклад) Максимум 100 баллов
			7 семестр по 25 баллов за каждый просмотр (2 просмотра) 50 баллов за промежуточный контроль -доклад Максимум 100 баллов
3	Сдача зачета, экзамена	40	Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 50 баллов. Выполнение творческих заданий (2 шт.) – 50 баллов. Максимум 100 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. Исаенко Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг»/ Исаенко Е.В., Васильев А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 351 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34533.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Измайлова М.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 444 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10957.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/
4. Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 127 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52633>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
5. Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минбалеев А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Юриспруденция, 2012.— 223 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8056.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Баженов Ю.К., Шахурин В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 538 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10948.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) дополнительная учебная литература

1. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бердышев С.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 182 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5980>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердышев С.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 121 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57111>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
3. Брайен Форд Руководство Ernst & Young по составлению бизнес-планов [Электронный ресурс]/ Брайен Форд, Джей Борнстайн, Патрик Пруэтт— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 258 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/41367>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
4. Визуальные искусства в современном художественном и информационном пространстве [Электронный ресурс]: сборник научных статей/ Т.В. Агеева [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016.— 308 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/55755>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
5. Овчинникова Н.Н. Рекламное дело [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Овчинникова Н.Н.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Корпорация «Диполь», 2012.— 375 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10558.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Полуэхтова И.А. Социология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: курс лекций/ Полуэхтова И.А., Солнышков А.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2013.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/22464.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Резепов И.Ш.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 224 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57167>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
8. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Измайлова М.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 236 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10958.html>.— ЭБС «IPRbooks»

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, 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, 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)

Офисный пакет Microsoft Office

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	<p>На практических занятиях (семинарах) разъясняются теоретические положения курса, обучающиеся работают с конкретными ситуациями, овладевают навыками сбора, анализа и обработки информации для принятия самостоятельных решений, навыками подготовки информационных обзоров и аналитических отчетов по соответствующей тематике; навыками работы в малых группах; развивают организаторские способности по подготовке коллективных проектов.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям предполагает следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • работа с информационными источниками, с иллюстративным материалом; • подготовка ответов к контрольным вопросам, • просмотр рекомендуемой литературы • поиск композиционных решений • подбор и анализ аналогов, выявление приемов, используемых для создания работы • выполнение практических заданий
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>Самостоятельная работа выполняется индивидуально, а также может проводиться под руководством (при участии) преподавателя.</p> <p>Следует предварительно изучить методические указания по выполнению самостоятельной работы, сбор материалов по изучаемой теме, отработка графических упражнений</p> <p>При подготовке к зачету, экзамену необходимо ознакомиться с демонстрационным вариантом задания (теста, перечнем вопросов, пр.), проработать 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-3/ ВТОРОЙ ЭТАП	Объясняет взаимодействие рекламных дизайнерских и архитектурных установок при проектировании средового образа с учетом особенностей комплексного развития рекламной деятельности, и развитием науки и техники	Вопросы для устного собеседования	<i>Перечень вопросов для устного собеседования (26 вопросов)</i>
	Проектирует рекламный продукт с использованием компьютерных технологий по ведущим критериям: «функциональное назначение», «конструкция», «структурная организация», «изобразительно-смысловое решение», «графические средства выразительности».	Практическое задание	Один тип задания
	Представляет разработку модели рекламного продукта в комплексе архитектурно-пространственного, социального, технического и эстетического решений с учетом требований информационной безопасности	Практическое задание	Один тип задания

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</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	<i>Задание выполнено в необходимой полноте и с требуемым качеством. Существуют незначительные ошибки. полный ответ на вопрос</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		<i>Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы, ответ на вопрос</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
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</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
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.</i> Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
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.</i> Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		<i>Содержание работы полностью не соответствует заданию, в ответе много неточностей.</i> Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		<i>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы,</i>

		<i>на вопрос нет ответа. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</i>
--	--	--

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Устное собеседование
40 – 100	<i>Зачтено</i>	<i>Обучающийся своевременно выполнил практико-ориентированные задания в соответствии с требованиями возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра</i>
0 – 39	<i>Не зачтено</i>	<i>Обучающийся не выполнил (выполнил частично) практико-ориентированные задания, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.</i>

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	Экономические и социокультурные предпосылки развития дизайна рекламы	1
2	Особенности рекламы отдельных категорий товаров и услуг.	1
5	Традиционные и нетрадиционные виды каналов распространения рекламы.	2
8	Создание рекламного дизайнерского продукта	2
9	Наружная реклама.	3
10	Реклама на транспорте	3
11	Рекламная концепция товара.	4
12	Особенности рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы	4
13	Дизайн рекламы: концептуальные подходы к проектному творчеству.	5
14	Классификация рекламы, ее объект и рекламная коммуникационная система	5
15	Брэнднг: долгосрочная стратегия разработки рекламного образа.	6
16	Структура плана компании.	6
17	Макет	7
18	Стили макета	7
19	Этапы творческого процесса.	8
20	Пути творческого решения рекламной задачи.	8
21	Композиционные и рекламные закономерности.	9
22	Творческая концепция	9
23	Рекламное сообщение в системе массовой коммуникации.	10
24	Структура рекламного объявления.	10
25	Проблемы рекламы: новое творческое видение.	11
26	Преобразование идеи в зримый образ.	11

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

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

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ

1	<p>Тема 7. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара.</p> <p>Задание разработать рекламный продукт - макет несущий изобразительно-смысловое решение</p>	 <p>пример выполнения задания</p>
2	<p>Тема 11. Дизайн-проектирование рекламного образа: тактика и стратегия коммуникации.</p> <p>Задание разработать рекламно графическую модель с преобразованием идеи в зримый образ</p>	 <p>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 выполнения и просмотра творческих заданий. Студенту задаются теоретические вопросы по пройденным учебным модулям, вопросы по выполненным творческим заданиям, в соответствии с показателями оценивания компетенций