



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)

**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

Согласовано:

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель ОП

Директор ДИиД

  
(подпись)

Федоровская Н.А.

  
(подпись)

Федоровская Н.А.

«19» июня 2019 г.

«19» июня 2019 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах

**Направление подготовки 54.04.02**

**Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы**

Магистерская программа «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»

**Форма подготовки очная**

Школа искусств и гуманитарных наук

Департамент искусств и дизайна

курс 2 семестр 4

лекции      (час.)

практические занятия      час.

лабораторные работы 36 час.

в том числе с использованием МАО лек.      /пр.      /лаб. 16 час.

всего часов аудиторной нагрузки 108 (час.)

в том числе с использованием МАО 16 час.

самостоятельная работа 72 (час.)

в том числе на подготовку к экзамену      час.

контрольные работы (    )

зачет 4 семестр

экзамен      семестр

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 18.02.2016 № 12-13-235

Рабочая программа обсуждена на заседании департамента искусств и дизайна, протокол от «13» июня 2018 г. № 5; пересмотрена на заседании департамента искусств и дизайна, протокол от «19» июня 2019 г. № 10

Директор департамента искусств и дизайна: д-р искусствоведения, доцент Н.А. Федоровская

Составитель (ли): Кравченко И.А.

## Оборотная сторона титульного листа РПУД

### I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры

Протокол от «\_\_» \_\_\_\_ г. №

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

(подпись)

(И.О. Фамилия)

### II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

(подпись)

(И.О. Фамилия)

## **ABSTRACT**

**Master's degree in 54.04.02 «Decorative Arts and Crafts»**

**Master's Program « Advertising in Decorative Arts and Crafts»**

**Course title: «Organizational activity and ethnocultural branding in decorative and applied Art and Folk Crafts»**

**Variable part of Block**

**Instructor: Kravchenko I.A.**

**At the beginning of the course a student should be able to:**

- the ability to creatively adapt the achievements of foreign science, technology and education to domestic practice, a high degree of professional mobility (GC-1);
- the ability to quickly master new subject areas, identify contradictions, problems and develop alternative solutions to them (GC-4);
- ability to abstract thinking, analysis, synthesis (OK-8);
- the ability of social interaction, self-organization and self-government of a system-activity nature, to active communication in creative, scientific, industrial and artistic life (OPK-8);
- the ability to organize the work of the creative team of performers, the willingness to make professional and managerial decisions, determine the order of work and search for optimal solutions when creating products taking into account the requirements of quality, reliability and cost (PC-6).

**Learning outcomes:**

PC-3 the ability to synthesize a set of possible solutions to the problem or approaches to the project, scientifically substantiate its proposals and draw up a detailed specification of the requirements for the project, readiness to create a project of art works, decorative objects - applied art and products of national crafts, development of industrial design or production series.

**Course description:**

The purpose of mastering the discipline "Advertising in decorative and applied arts and folk crafts" is the study of the language of advertising to use it as a tool for creating effective design of promotional products to promote samples of decorative and applied arts and folk crafts.

To achieve this goal in the course learning process it is necessary to solve the following tasks:

- study of opportunities, needs and achievements in the advertising business, analysis of the target group, psychological aspects of advertising, technical capabilities of the present;
- organization of project activities in the field of advertising, the creation of an advertising visual product that reflects the specificity of the subject area;
- designing a competitive advertising product;
- design and modeling of advertising policy, setting goals and objectives of the advertising campaign;
- design of control methods and various types of control and measuring materials, including on the basis of information technologies.

**Main course literature:** *(список основной литературы)*

1. Bella Martin, Bruce Hanington Universal Design Methods: 100 effective solutions for the most complex design problems. - SPB .: Peter, 2014. - 208c.
2. Glazychev, V. Design as it is. - M .: Europe University, 2013. - 318c.
3. Design and advertising technologies: a textbook for universities / ON. Tkachenko; by ed. L.M. Dmitrieva. - M .: Magister INFRA-M, 2014. - 175s.
4. Mokshantsev, Rudolf Ivanovich. Psychology of advertising: study guide for university students, training. in the direction of March 38, 2002, Management / R. I. Mokshantsev. - M.: INFRA-M, 2015. - 232 p. - (Higher education: Undergraduate).
5. Mudrov, A.N. Fundamentals of advertising: a textbook for university students enrolled in the specialty "Advertising" / A.N. Mudrov. - M.: Master, 2014. - 415s. : il. – Access Mode:

<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:294597&theme=FEFU>

6. Basics of advertising: a textbook for bachelors: a textbook for university students, training. in the direction of ready HPE 030600 "Journalism" / G. G. Shchepilova, K. V. Shchepilov. - M.: Yurayt, 2015. - 521 p. - (Bachelor. Basic course).
7. Philosophy of advertising activities: study guide for university students / [author: D. M. Dmitriev, D. K. Krasnoyarova, N. A. Anashkina, etc.]; Omsk State tech. un-t - M.: Master: INFRA-M, 2015. - 256 p.
8. Shishova, Natalia Vasilyevna. Theory and practice of advertising: study guide [for university students] / N. V. Shishova, A. S. Podoprigorova, T. V. Akulich. - M.: INFRA-M, 2015. - 299 p. - (Higher education)
9. Chikhold, Yang. New typography: a guide for the modern designer / Jan Chihold; per. with him. L. Yakubson. 2nd ed. - Moscow: Art. Lebedev Studio publishing house. - 2012. – 245 s. – Access Mode: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:779802&theme=FEFU>
10. Krause, Jim. Logo development. Big Book of Design Ideas, Approaches and Concepts / Jim Krause; [trans. from English I. Ruzmakaykina]. St. Petersburg: Peter. - 2013.- 271 p. – Access Mode: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780424&theme=FEFU>

**Form of final knowledge control:**

## АННОТАЦИЯ

Рабочая программа учебной дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» разработана для студентов 2 курса, обучающихся по направлению подготовки 54.04.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы, магистерская программа: «Организационная деятельность и этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах». Дисциплина разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.03.2016 № 252.

Дисциплина «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» является логичным продолжением курсов «Проблемы организационной деятельности в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах», «Организационная деятельность и этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах», «Художественное творчество и его восприятие», «Продвижение продукции на рынке декоративно-прикладного искусства и народных промыслов», «Современные проблемы декоративно-прикладного искусства и народных промыслов» и входит в вариативную часть блока «Дисциплины (модули)» и является дисциплиной выбора.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зач. единицы (108 часов). Учебным планом предусмотрены лабораторные работы 36 часов, в том числе с использованием МАО 16 часов, и самостоятельная работа студентов 72 часа. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Целью освоения учебной дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» является изучение языка рекламы для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна рекламной продукции для продвижения образцов декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

Для достижения этой цели в процессе изучения курса необходимо решить следующие задачи:

- изучение возможностей, потребностей и достижений в рекламном бизнесе, анализ целевой группы, психологических аспектов рекламы, технических возможностей современности;

- организация проектной деятельности в области рекламы, создание рекламного визуального продукта, отражающего специфику предметной области;

- проектирование конкурентоспособного рекламного продукта;

- проектирование и моделирование рекламной политики, постановка целей и задач рекламной кампании;

- проектирование методов контроля и различных видов контрольно-измерительных материалов, в том числе на основе информационных технологий.

Для успешного изучения дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» обучающихся должны обладать следующими предварительными компетенциями:

- способность творчески адаптировать достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике, высокая степень профессиональной мобильности (ОК-1);

- умение быстро осваивать новые предметные области, выявлять противоречия, проблемы и выработать альтернативные варианты их решения (ОК-4);

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-8);

- способностью социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера, к активному общению в творческой, научной, производственной и художественной жизни (ОПК-8);

- способность организации работы творческого коллектива исполнителей, готовностью к принятию профессиональных и управленческих решений, определению порядка выполнения работ и поиску оптимальных решений при создании продукции с учетом требований качества, надежности и стоимости (ПК-6).

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные/ общепрофессиональные/ профессиональные компетенции (элементы компетенций).

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 способность синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта, научно обосновать свои предложения и составить подробную спецификацию требований к проекту, готовностью к созданию проекта художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	Знает	Способы синтезировать наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта
	Умеет	Научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту
	Владеет	Средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

**Лабораторные занятия:**

1. Метод проектирования (моделирования).
2. Метод анализ конкретных ситуаций (case-study).
3. Метод дискуссия (групповая дискуссия.).

**I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

**Раздел I. Теоретические основы рекламы (8 час.)**

Не предусмотрена.

**II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**



**Практические занятия не предусмотрены.**

**Лабораторные занятия (36 часов)**

**Лабораторная работа № 1. Понятийно-терминологический аппарат.**

**Классификация рекламы: функции, цели и виды. (2 часа)**

Реклама на современном рынке декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

Профессиональная терминология, классификация, составляющие части и взаимодействие с другими видами деятельности. Типы рекламы. Конструктивная структура рекламы.

Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.

**Лабораторная работа № 2. История развития рекламы. (2 часа)**

Возникновение рекламы, ее роль в продвижении товаров.

Появление рекламы в России. Реклама на Дальнем Востоке.

Правовые аспекты рекламной деятельности.

**Лабораторная работа № 3. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы. (2 часа)**

Позиционирование как формула успеха. Алгоритм креативного процесса.

Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы.

Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Ассоциативность и образность в рекламе.

**Лабораторная работа № 4. Цвет и цветовые гармонии в рекламе. (2 часа)**

Цветовые модели.

### **Лабораторная работа № 5. Печатная реклама и ее элементы. (2 часа)**

Виды печатной продукции. Выбор графического решения.

Рекламная композиция. Заголовки. Слоган.

Правила создания эффективного текста. Рекламный текст. Правила построения.

Работа с иллюстрациями. Рекламная иллюстрация и ее виды. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Рекламные печатные издания. Полезные площади издания.

### **Лабораторная работа № 6. Модульная система проектирования. Модульные сетки. (2 часа)**

Модульная структура при и рекламы. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга.

Основные принципы построения модульных сеток, с использованием метода активного обучения.

### **Лабораторная работа № 7. Дизайн и печать упаковки и этикетки. (2 часа)**

Особенности дизайна, технология изготовления, современные тенденции. Технические и санитарные требования к упаковке. ГОСТ.

Материалы для упаковки, приёмы и технологии. Виды упаковки.

### **Лабораторная работа № 8. Оформление выставок и презентаций. (2 часа)**

Построение композиции выставочного пространства. Авторский дизайн, типовые решения, виды оборудования, моделирование сценария рекламной деятельности на выставке. Новейшие разработки и тенденции в оформлении выставочного пространства.

### **Лабораторная работа № 9. Особенности дизайна наружной рекламы. (2 часа)**

Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Место рекламы в городе. Взаимодействие со средой. Требования к материалам. Особенности восприятия городской рекламы. Мировые тенденции в городской рекламе.

Общие вопросы, расчет элементов конструкций, технология изготовления. Особенности законодательства РФ и некоторых западных стран применительно к рекламной деятельности.

### **Лабораторная работа № 10. Световая реклама. (2 часа)**

Обзор источников света для вывесок. Типы светового оборудования. Световой сценарий, охват световой палитры, динамический свет. Особенности монтажа. Типы световых вывесок, конструкций. Освещение ночного города.

### **Лабораторная работа № 11. Реклама в Интернете и на цифровых устройствах. (2 часа)**

Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети. Реклама в социальных сетях, коммуникативных программах. Выбор целевой аудитории. Мониторинг эффективности рекламных сообщений.

### **Лабораторная работа № 12. Психологическое воздействие рекламы. Алгоритм креативного процесса. (2 часа)**

Задание: Выберите какое-либо издание и постарайтесь проанализировать его композиционно-графическую модель. Какого уровня эта модель, насколько она адекватна типу издания? Сформулируйте ее основные части на примере нескольких наиболее характерных полос.

Метод дискуссия (групповая дискуссия).

### **Лабораторная работа № 13. Создание эффективной публикации. (2 часа)**

Создать рекламу для какой-либо фирмы или продукта. Для этого необходимо:

- заполнить бриф (техническое задание),
- рассмотреть рекламную продукцию аналогичных фирм или продуктов с точки зрения эффективности ее дизайна,
- проанализировать, какие законы композиции в ней использованы и с помощью каких средств достигнут подобный эффект,

- написать текст, придумать заголовок,
- предложить иллюстрацию, разработать свою сюжетную линию, которая разворачивалась бы от элемента к элементу.

Метод проектирования (моделирования).

**Лабораторная работа № 14. Особенности дизайна наружной рекламы. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. (8 часа)**

Выполнение презентации по теме: «Подбор и систематизация рекламной продукции по видам рекламных носителей в городской среде». Фотофиксация, анализ рекламной ситуации в городе. Собственные предложения и разработки на примере какой-то улицы.

Метод анализ конкретных ситуаций (case-study).

**Лабораторная работа № 15. Реклама в Интернете. (2 часа)**

Проанализировать композиционно-графическую модель сайта в сети Интернет. Какие типы рекламы на нем представлены. Какова целевая аудитория.

Метод анализ конкретных ситуаций (case-study).

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

#### IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
<b>Раздел 1. Теоретические основы</b>					
<b>Раздел 2. Лабораторные работы</b>					
<b>Модуль 1. Стратегия создания и развития бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах</b>					
1	Лабораторная работа №1. Понятийно-терминологический аппарат. Классификация рекламы: функции, цели и виды	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 17-21
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
2	Лабораторная работа №2. История развития рекламы	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 17-21
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
3	Лабораторная работа № 3. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 3-6
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных		

			произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
4	Лабораторная работа № 4. Цвет и цветовые гармонии в рекламе	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	УО-1 собеседование	Вопросы 13, 18-20
5	Лабораторная работа № 5. Печатная реклама и ее элементы	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	УО-1 собеседование	Вопросы 15-17, 21
6	Лабораторная работа № 6. Модульная система проектирования. Модульные сетки	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	УО-1 собеседование	Вопросы 3-14
7	Лабораторная	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее	УО-1	Вопросы 1-

	работа № 7. Дизайн и печать упаковки и этикетки		<p>подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	собеседование	15
8	Лабораторная работа № 8. Оформление выставок и презентаций	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	УО-1 собеседование	Вопросы 18-21
9	Лабораторная работа № 9. Особенности дизайна наружной рекламы	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	УО-1 собеседование	Вопросы 16-17, 21
10	Лабораторная работа № 10. Световая реклама	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию</p>	УО-1 собеседование	Вопросы 16-17, 21

			требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
11	Лабораторная работа №11. Реклама в Интернете и на цифровых устройствах	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 16-17, 21
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
12	Лабораторная работа №12. Психологическое воздействие рекламы. Алгоритм креативного процесса	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	УО-4 Дискуссия
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
13	Лабораторная работа №13. Создание эффективной публикации	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	ПР-13 творческое задание	ПР-13 Творческое задание
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке		



			промышленного образца или производственной серии		
14	Лабораторная работа №14. Особенности дизайна наружной рекламы. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	ПР-13 творческое задание	ПР-13 Творческое задание
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
15	Лабораторная работа №15. Реклама в Интернете	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта		ПР-13 Творческое задание
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

## **I. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**  
(электронные и печатные издания)

1. Белла Мартин, Брюс Ханнингтон Универсальные методы дизайна : 100 эффективных решений для наиболее сложных проблем дизайна. - СПб.: Питер, 2014. – 208с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780331&theme=FEFU>
2. Глазычев, В. Дизайн как он есть. - М.: Европа Университет, 2013. – 318с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:734069&theme=FEFU>
3. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие для вузов / О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Магистр ИНФРА-М, 2015. – 175с. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:795097&theme=FEFU>
4. Костина, Н.Г. Фирменный стиль и дизайн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.Г. Костина, С.Ю. Баранец. — Электрон. дан. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 97 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93556>
5. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике [Электронный ресурс] / В.Д. Курушин. — Электрон. дан. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97360>
6. Лазарев Д.Р. Презентация: Лучше один раз увидеть! [Электронный ресурс]/ Лазарев Д.Р.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 126 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49127.html>
7. Марусева И.В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс]: монография/ Марусева И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 304 с. – Режим доступа:<http://www.iprbookshop.ru/38999.html>

**Дополнительная литература**  
(электронные и печатные издания)

1. Глейзер, Джессика Дизайн. Разработка проектов. / Джессика Глейзер, Кэролин Найт ; [пер. В. Иванов].- Санкт-Петербург: Питер. - 2014. - 247 с.  
- Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780221&theme=FEFU>
2. Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент : учебник для вузов / Е. Ф. Командышко - Москва : Инфра-М. - 2017. - 193 с. - Режим доступа:  
<https://lib.dvfu.ru:8443/lib/item?id=chamo:841835&theme=FEFU>
3. Краузе, Джим. 30 идей для дизайнеров. Тридцать дней креатива для рождения новых идей и карьерного роста / Джим Краузе ; [пер. Е. Карманова]. - Санкт-Петербург: Питер. - 2014.- 252 с. - Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780928&theme=FEFU>
4. Краузе, Джим. Разработка логотипа. Большая книга дизайнерских идей, подходов и концепций / Джим Краузе ; [пер. с англ. И. Рузмайкиной]. Санкт-Петербург: Питер. - 2013.- 271 с. - Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780424&theme=FEFU>
5. Кудрявцев, А.И. Эволюция шрифтовой формы : [учебное пособие] / А.И. Кудрявцев ; Институт журналистики литературного творчества. –Москва: Изд-во Института журналистики литературного творчества – 2007. – 455 с. – Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780652&theme=FEFU>
6. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Реклама" / А.Н.Мудров. – М. : Магистр, 2014. – 415с. : ил. – Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:294597&theme=FEFU>
7. Розенсон, И.А. Основы теории дизайна : учебник для вузов / И. А. Розенсон. - Санкт-Петербург: Питер.- 2007. - 219 с. - Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:249045&theme=FEFU>
8. Рэнд, Пол. Дизайн: форма и хаос / Пол Рэнд ; [пер. с англ. И. Форонова]. – Москва: Изд-во Студии Артемия Лебедева.- 2013.- 237 с.- Режим доступа:  
<http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:779647&theme=FEFU>

9. Самара, Тимоти. Эволюция дизайна. От теории к практике. Базовые принципы современного дизайна / Тимоти Самара, Лорел Сэвилль; [пер. С. Гилим] – Москва: РИП-Холдинг. – 2009. – 271с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780570&theme=FEFU>
10. Теоретические и методологические исследования в дизайне: избранные материалы / [сост. : О. И. Генисаретский, Е. М. Бизунова]. Переизд. Москва: Изд-во Школы культурной политики. - 2004. - 371 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:413873&theme=FEFU>
11. Ушакова, С.Г. Развитие композиционных умений студентов художественных факультетов университета: монография/С.Г. [Ушакова](#) М: ФЛИНТА 2014 г. 147 с. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/175533>
12. Философия рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов / [авт.: Д. М. Дмитриева, Д. К. Красноярова, Н. А. Анашкина и др.] ; Омский гос. техн. ун-т. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2015. - 256 с.
13. Чихольд, Ян. Новая типографика : руководство для современного дизайнера / Ян Чихольд ; пер. с нем. Л. Якубсона. 2-е изд. – Москва: Изд-во Студии Артемия Лебедева. - 2012. - 245 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:779802&theme=FEFU>
14. Шишова, Наталья Васильевна. Теория и практика рекламы: учеб. пособие [для студентов вузов] / Н. В. Шишова, А. С. Подопригорова, Т. В. Акулич. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 299 с. - (Высшее образование)
- 15.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной  
сети «Интернет»**

1. Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rucont.ru/>
2. Электронная библиотека ВООК.ru [Электронный ресурс]/ ЭБС ВООК.ru. Режим доступа: <http://www.book.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru/>

4. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://aclient.integrum.ru/>

## **II. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Рекомендации по работе с литературой**

Литература по данной дисциплине регулярно обновляется, появляются новые исследования, данные, подходы и приемы создания товарных знаков, рекламы и т.п. Поэтому для изучения общих положений данной дисциплины следует ориентироваться на новейшие источники. При освоении практических основ создания рекламы в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах, а также выполнения фирменного стиля в редакторах компьютерной графики рекомендуется использовать в дополнение к самым современным источникам и общепризнанные, проверенные временем.

Актуальными изданиями, которые могут существенно помочь студентам при выполнении практических заданий и при подготовке к зачету, является книга Мудров, А.Н. «Основы рекламы». Эти издания наиболее полно освещают тему создания проектов по созданию бренда и рекламы для него, а также затрагивают теоретические основы проектирования рекламных кампаний.

Эти книги: Краузе Джим. «Разработка логотипа. Большая книга дизайнерских идей, подходов и концепций», Глейзер Джессика «Дизайн. Разработка проектов» познакомят студентов с последними тенденциями и технологиями проектирования объектов современной визуальной среды и дополнят знания, необходимые студентам для последующей профессиональной работы в сфере декоративно прикладного искусства и народных промыслов. Тексты сопровождаются большим количеством иллюстраций, видовых кадров проектов и фотографиями реализованных объектов.

Остальная рекомендуемая периодическая и непериодическая литература поможет студентам более качественно выполнить задания самостоятельной работы, а также подготовиться к зачету.

### **Рекомендации по подготовке к зачету**

Изучение дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» завершается сдачей зачета. Зачет является формой итогового контроля знаний и умений, полученных на лабораторных занятиях, а также в процессе самостоятельной работы.

В процессе изучения дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах», студентам необходимо усвоить:

- основные положения дисциплины;
- понять, запомнить и отработать при выполнении творческих заданий алгоритм работы над рекламным сообщением;
- получить необходимые компетенции при выполнении художественного оформления рекламной компании;
- развить полученные навыки создания рекламных сообщений при организации ремесленного производства посредством последовательного выполнения лабораторных работ и творческих заданий, ведущих от простых задач к созданию целостного системного решения.

Подготовка к зачету должна быть систематической, целостной и многосторонней, а не фрагментарной. Зачет проверяет не только знание основных понятий и терминов учащимся, но и разнообразные умения и концепции, позволяющие осмысленно оперировать профессиональными понятиями. Невозможно за короткое время не просто заучить определения, но осмыслить содержание, структуру понятий, уяснить основные их внутренние и внешние связи, тем более – выработать соответствующие умения. Аналогичным образом, невозможно быстро освоить разнообразные умения, связанные с постановкой и анализом задачи, ее проработкой и выработкой технически правильного и эффективного решения.

При освоении дисциплины в течение учебного семестра, а также при самостоятельной подготовке к экзамену необходимо сформировать у

студента навык самостоятельной постановки, анализа, выработки и последующей корректировки проектных задач связанных с грамотной организацией производства в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах. Данный навык приобретается в процессе многократного анализа и решения разноуровневых задач, как под руководством преподавателя, так и самостоятельно.

Особенно полезным при самостоятельной проработке данного навыка может стать посещение всевозможных профессиональных форумов в сети интернет, где тщательно разбираются, анализируются и решаются аналогичные требуемым задачи. Такой подход обеспечит всесторонне освещение возможных способов решения не только типовых, но и нестандартных задач при построении бренда. Данная рекомендация будет способствовать развитию профессиональной самостоятельности каждого студента, а также снизит его чувствительность к критике.

Таким образом, в процессе последующей профессиональной деятельности студент сможет самостоятельно принимать взвешенные и грамотные решения, находить и правильно интерпретировать любую информацию, которая может быть полезна при создании личного бренда и производства, что позволит ему более эффективно конкурировать на рынке декоративно-прикладного искусства и народных промыслов.

Для успешного освоения дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» необходимо также уверенно оперировать профессиональными понятиями, которые рассматриваются в первом и втором модулях курса. Также студенту необходимо уяснить связи между этими понятиями, а также научиться анализировать состояние этих связей в предлагаемой ситуации.

В связи с чем, при подготовке к зачету студентам необходимо активно использовать основную справочную литературу, приведенную в списке учебной литературы ниже. Ознакомление с источниками дополнительной литературы поможет учащимся расширить профессиональное восприятие

задач, решаемых в рамках дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах».

Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим. Для закрепления данного навыка студенту следует в течение семестра и особенно при подготовке к зачету, обращаться к мнению профессионального сообщества, выставляя результаты своей работы на различных виртуальных площадках, форумах, конкурсах, социальных сетях и т.п. Результатом будет конструктивная критика, которая поможет студенту понять сильные и слабые стороны своей работы, осознать степень правильности своего понимания дисциплины, глубину знания предмета.

Данный способ подготовки актуален тем, что помогает студенту аргументированно отстаивать выбранное решение. Общение с профессионалами в сфере декоративно –прикладного искусства и народных промыслов дисциплинирует студента, способствует большей его самостоятельности и стимулирует к поиску более креативного и конкурентоспособного на рынке решения.

В завершение студенту необходимо проверить собственные знания дисциплины отвечая на вопросы к зачету, а также вопросы, представленные для самостоятельного изучения.

### **III. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ**

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используется следующее программное обеспечение: CorelDRAW, AdobeIllustrator, Fotoshop, MicrosoftOffice (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

При осуществлении образовательного процесса студентами и профессорско-преподавательским составом используются следующие



информационно справочные системы: ЭБС ДВФУ, Консультант плюс, библиотеки, ресурсы и порталы по дизайну, профессиональная поисковая система JSTOR, электронная библиотека диссертаций РГБ, Научная электронная библиотека eLIBRARY, электронно-библиотечная система издательства «Лань», электронная библиотека "Консультант студента", электронно-библиотечная система IPRbooks, информационная система "ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам", базы данных ИНИОН (Института научной информации по общественным наукам), и доступ к Антиплагиату в интегрированной платформе электронного обучения Blackboard ДВФУ, доступ к электронному заказу книг в библиотеке ДВФУ, доступ к материалам дипломников на кафедре отечественной истории и архивоведения, доступ к нормативным документам ДВФУ, расписанию; рассылке писем.

#### **IV. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Для проведения практических занятий используется аудитория, оснащенная экраном, компьютерным и мультимедийным оборудованием (проектором).

Наименование оборудованных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования
г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс, д.10, корпус F, ауд. F402	Проектные столы, стулья, мольберты-15 шт, осветительные приборы-2 шт, стол для постановки – 1 шт., гончарные круги Shimpo Whisper-T, экструдер для глины настенный механический EX – 115 Frema, турнетки металлические Shimpo SW – 3DM, раскатчик малый для глиняных пластов TSR-15 Frema, печь для обжига керамики Тро 60 есо + В 400, Naberthem, расходные материалы (глина, гипс, ангобы, краски для витражей и батика, акрил и т.д.), ноутбук; мультимедийный проектор Optima EX542I – 1 шт; Плазменная панель, операционные системы WINDOWS, Microsoft Word, Microsoft Power Point, программное обеспечение по дизайну, программы системы Adobe
Читальные залы Научной библиотеки ДВФУ с открытым доступом к фонду (корпус А -	Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-

уровень 10)	RW,GigEth,Wi-Fi,BT,usb kbd/mse,Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit),1-1-1 Wty Скорость доступа в Интернет 500 Мбит/сек. Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами видео-увеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.
-------------	--

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДФУ)

---

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ  
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных  
промыслах»

**Направление подготовки 54.04.02**

**Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы**

Магистерская программа «Этнокультурное брендинг в декоративно-прикладном  
искусстве и народных промыслах»

**Форма подготовки: очная**

Владивосток  
2018

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение, час	Форма контроля
1	1-10 неделя	Подготовка к лабораторной работе, Подготовка к собеседованию	20	Устный опрос
2	11-18 неделя	Подготовка к лабораторной работе, Подготовка презентации	32	Устный опрос Творческое задание
7	17-18 неделя	Защита презентации	12	Презентация
8	1-18 неделя	Подготовка к зачету	8	Зачет

### Характеристика заданий для самостоятельной работы студентов и методические рекомендации по их выполнению

#### Примерные темы для самостоятельной работы студентов

1. Место рекламного бизнеса в структуре современного рынка.
2. Формирование новой концепции создания рекламного продукта.  
Сравнительный анализ двух концептуальных подходов.
3. Государственные стандарты, регулирующие рекламную деятельность, их сравнительная характеристика.
4. Реклама в 19-м веке.
5. Особенности рекламной политики, ориентированной на массового потребителя.
6. Особенности рекламы в профессиональной среде.
7. Ребрендинг и рекламная компания. Составляющие рекламной кампании.
8. Создание имиджа компании . Роль рекламы.
9. Печатная реклама – особенности и область применения.
10. Реклама на современных носителях. Место рекламы в развитии новых технологий.

11. Мировая и региональная реклама, особенности и различия.
12. Рекламный рынок, выставки рекламного бизнеса, ведущие игроки.

### **Требования к представлению результатов самостоятельной работы**

Собеседование по темам должно осуществляться в обозначенные сроки, содержать ответы на вопросы для самостоятельной работы, а также включать активное участие студента в обсуждении ключевых тем дисциплины.

В качестве результата творческого задания студентами выполняется и предоставляется презентация в программе Microsoft Power Point, которая демонстрируется в аудитории на последних занятиях. В презентации, предоставляемой учащимся в конце семестра, студент должен раскрыть суть исследуемой проблемы, привести различные точки зрения на эту проблему, а также собственные взгляды на нее.

### **Подготовка презентации**

Презентация, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «... способ подачи информации, в котором присутствуют рисунки, фотографии, анимация и звук». Для подготовки презентации рекомендуется использовать: PowerPoint, MS Word, AcrobatReader, LaTeX-овский пакет beamer. Самая простая программа для создания презентаций – MicrosoftPowerPoint. Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда. Образы – в отличие от иллюстраций – метафора. Их назначение – вызвать эмоцию и создать отношение к ней, воздействовать на аудиторию. С помощью хорошо продуманных и представляемых образов, информация может надолго остаться в памяти человека. Диаграмма – визуализация количественных и качественных связей. Их используют для убедительной демонстрации данных, для пространственного мышления в дополнение к логическому. Таблица – конкретный, наглядный и точный показ данных. Ее основное назначение – структурировать информацию, что порой облегчает восприятие данных аудиторией.

Практические советы по подготовке презентации

- готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал;
- слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;

- текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;

- рекомендуемое число слайдов 17-22;

- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;

- раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием;

раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут. Докладчики должны знать и уметь: сообщать новую информацию; использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут); иметь представление о композиционной структуре презентации и др.

### **Структура выступления**

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, живую интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода. Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

### **Критерии оценки презентации**

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно

определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

#### **Примерные вопросы к зачету**

1. Проблемы развития рекламных технологий на современном рынке.
2. Современные трактовки понятия «реклама».
3. Компоненты рекламной политики.
4. История развития рекламы.
5. Исторические этапы развития рекламы



6. Взаимосвязь развития рекламных технологий с развитием промышленного комплекса и изменений экономической ситуации.

7. Яркие рекламные компании 20 века.

8. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.

Психологическое воздействие рекламы.

9. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.

10. Способы воздействия рекламных средств.

11. Законы гармоничной композиции.

12. Психологические особенности восприятия графических образов.

13. Построение композиции рекламы с учетом законов восприятия.

14. Рекламный текст – задачи и форма.

15. Роль шрифтовой рекламы. Акциденция

16. Способ гармонизации поля рекламы.

17. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.

18. Роль цвета в восприятии человеком графического изображения.

19. Психологические ассоциации цветов.

20. Сочетания цветов – усиление и ослабление восприятия.

21. Возрастные предпочтения цветовых решений в целевой группе.

22. Современная цветовая мода. Тенденции.

23. Виды рекламы на современном рынке

24. Печатная реклама и ее элементы.

25. Виды печатной продукции. Особенности восприятия.

26. Выбор графического решения во взаимосвязи с технологическими возможностями.

27. Рекламная композиция.

28. Заголовки. Слоган. Правила создания эффективного текста.

29. Работа с иллюстрациями. Рекламная иллюстрация и ее виды.

30. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы.

31. Рекламный текст.

32. Рекламные печатные издания. Правила построения. Полезные площади издания.

33. Модульная система проектирования.
34. Модульная структура как древнейший и простейший метод создания упорядоченных систем.
35. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга.
36. Основные принципы построения модульных сеток.
37. Дизайн и печать упаковки и этикетки. Особенности дизайна, технология изготовления, современные тенденции.
38. Технические и санитарные требования к упаковке.
39. Материалы для упаковки, приёмы и технологии.
40. Виды упаковки.
41. Построение композиции выставочного пространства.
42. Типовые решения, виды оборудования, моделирование сценария рекламной деятельности на выставке.
43. Новейшие разработки и тенденции в оформлении выставочного пространства.
44. Современные тенденции в проведении международных выставок
45. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы.
46. Место рекламы в городе. Взаимодействие со средой.
47. Требования к материалам наружной рекламы.
48. Особенности восприятия городской рекламы.
49. Мировые тенденции в городской рекламе.
50. Особенности законодательства РФ и некоторых западных стран применительно к рекламной деятельности.
51. Световая реклама. Типы светового оборудования.
52. Световой сценарий, охват световой палитры, динамический свет.
53. Типы световых вывесок, конструкций. Освещение ночного города.
54. Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей.
55. Основные приемы создания эффективной рекламы в сети.

56. Реклама в социальных сетях, коммуникативных программах. Выбор целевой аудитории.

57. Мониторинг эффективности рекламных сообщений и рекламной компании в целом.

### Критерии выставления оценки студенту на зачете:

<b>Баллы (рейтинго- вой оценки)</b>	<b>Оценка зачета (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»</b>
91-100	<i>«отлично»</i>	выказывает готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3); способность к системному пониманию всех проблем, связанных с умением поставить художественно-творческие задачи и предложить их решение, готовность к самостоятельному созданию художественного образа предмета, изделия, произведения декоративно-прикладного искусства и его исполнению в материале (ПК-1), владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач
76-90	<i>«хорошо»</i>	выставляется студенту, если он твердо усвоил материал курса, грамотно излагает его, допуская небольшие неточности, правильно применяет теоретические знания при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения в достаточной для осуществления дизайнерской деятельности мере
61-75	<i>«удовлетворительно»</i>	выставляется студенту, если он имеет знания только базовой части материала курса, но не усвоил его деталей, допускает неточности, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не достаточно аргументирует принятые решения, испытывает затруднения при выполнении практических заданий
60 и менее	<i>«неудовлетворительно»</i>	выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при ответе на вопросы, не умеет аргументировать выбранных проектных решений, а также затрудняется в их принятии, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

«Дальневосточный федеральный университет»  
(ДВФУ)

---

**ШКОЛА ИСКУССТВА, КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и  
народных промыслах»**

**Направление подготовки 54.04.02**

**«Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы»  
магистерская программа «Этнокультурное брендинг в декоративно-  
прикладном искусстве и народных промыслах»**

**Форма подготовки очная**

**Владивосток**

**2018**

**Паспорт фонда оценочных средств  
по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и  
народах промыслах»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
	ПК-3 способность синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта, научно обосновать свои предложения и составить подробную спецификацию требований к проекту, готовностью к созданию проекта художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	Знает
Умеет		Научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту
Владеет		Средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

**II. Перечень оценочных средств по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»**

№ п/п	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства - наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
<b>Раздел 1. Теоретические основы</b>				
<b>Раздел 2. Лабораторные работы</b>				
<b>Модуль 1. Стратегия создания и развития бренда в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах</b>				
1	Лабораторная работа №1.	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к	УО-1 собеседов 17-21

	Понятийно-терминологический аппарат. Классификация рекламы: функции, цели и виды		<p>выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	ание	
2	Лабораторная работа №2. История развития рекламы	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	УО-1 собеседование	Вопросы 17-21
3	Лабораторная работа № 3. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	УО-1 собеседование	Вопросы 3-6
4	Лабораторная работа № 4. Цвет и цветовые гармонии в рекламе	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания</p>	УО-1 собеседование	Вопросы 13, 18-20

			проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
5	Лабораторная работа № 5. Печатная реклама и ее элементы	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	УО-1 собеседование	Вопросы 15-17, 21
6	Лабораторная работа № 6. Модульная система проектирования. Модульные сетки	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	УО-1 собеседование	Вопросы 3-14
7	Лабораторная работа № 7. Дизайн и печать упаковки и этикетки	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии	УО-1 собеседование	Вопросы 1-15

8	Лабораторная работа № 8. Оформление выставок и презентаций	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 18-21
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
9	Лабораторная работа № 9. Особенности дизайна наружной рекламы	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 16-17, 21
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
10	Лабораторная работа № 10. Световая реклама	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 16-17, 21
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту		
			Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
11	Лабораторная работа №11. Реклама в Интернете и на цифровых устройствах	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта	УО-1 собеседование	Вопросы 16-17, 21
			Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить		



			<p>подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>		
12	Лабораторная работа №12. Психологическое воздействие рекламы. Алгоритм креативного процесса	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	УО-1 собеседование	УО-4 Дискуссия
13	Лабораторная работа №13. Создание эффективной публикации	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии</p>	ПР-13 творческое задание	ПР-13 Творческое задание
14	Лабораторная работа №14. Особенности дизайна наружной рекламы. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы	ПК-3	<p>Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта</p> <p>Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту</p> <p>Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных</p>	ПР-13 творческое задание	ПР-13 Творческое задание

			промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии		
15	Лабораторная работа №15. Реклама в Интернете	ПК-3	Знает способы синтеза наиболее подходящий набор возможных решений задачи или подходов к выполнению проекта		ПР-13 Творческое задание
	Умеет научно обосновать свои предложения, развернуто аргументировать и составить подробную спецификацию требований к проекту				
	Владеет средствами создания проектов художественных произведений, предметов декоративно-прикладного искусства и изделий народных промыслов, разработке промышленного образца или производственной серии				

УО-1 Собеседование, УО-4 Дискуссия, ПР-13 Творческое задание (подготовка отчета по вопросу разработки рекламного продукта)

### **Шкала оценивания уровня сформированности компетенций по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ПК-3 готовность синтезировать набор возможных решений задач или подходов к выполнению проекта, способностью обосновывать свои предложения, составлять подробную спецификацию требований к проекту и реализовывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом	знает (пороговый уровень)	основные термины, понятия и закономерности, используемые в городских исследованиях; исторические этапы развития рекламы в мировой истории, особенности развития рекламы в России.	Основные термины и исторические этапы развития рекламы	Знание
	умеет (продвинутый)	анализировать структуру рекламы, устанавливать взаимосвязь с качеством жизни, условиями перемещения людей и транспорта, экономическими процессами, в том числе с доходностью городских территорий, продуктивностью городской экономики	Анализ структурных особенностей рекламы и рекламных изделий	Умение выявлять особенности рекламного продукта и его продвигать
	владеет (высокий)	информацией об объекте исследования урбанистики, ее методах и задачах навыками комплексного изучения рекламной среды и	Создание рекламного продукта, проектирования рекламной среды	Владение навыками проектирования рекламных продуктов

подходе, на практике		возможностями создания проектов по улучшению ее элементов		
----------------------	--	---	--	--

## **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»**

### **Текущая аттестация студентов**

Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

### **Формы проведения работы:**

1. Поисково-исследовательская деятельность: полевые, архивные изыскания, работа в библиотеках, интернет-ресурсах и т.п.
2. Выполнение творческого задания по проблемам рекламы в дизайне в форме отчета. Подготовка предложений по созданию рекламного продукта с учетом рассматриваемой специфики.

### **ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ СТУДЕНТОВ**

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По вышеуказанной дисциплине предусмотрена промежуточная

аттестация в виде зачета во втором семестре и экзамена в третьем семестре. Зачет предусмотрен по дисциплине в устной и письменной форме.

**Комплекс оценочных средств (вопросов) к промежуточной аттестации (экзамену) по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и народных промыслах»**

**Задания и формы промежуточной и итоговой аттестации**

Магистранты в процессе курса должны собрать теоретический материал, сделать выписки из документации, подготовить текст и графический материал. Каждый этап работы практики предполагает соответствующую форму отчетности, обзор, рецензию, презентацию, публикацию и т.д. На заключительном этапе магистр должен обобщить материал, сделать отчет.

**Критерии оценивания ответов на вопросы для зачета**

При оценке ответа надо учитывать:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа.

Ответ оценивается как «отличный», если студент:

- 1) полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Ответ оценивается как «хороший» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в

последовательности и языковом оформлении излагаемого. «Удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Можно считать пороговый уровень недостигнутым, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

### **Примерные вопросы к зачету**

1. Проблемы развития рекламных технологий на современном рынке.
2. Современные трактовки понятия «реклама».
3. Компоненты рекламной политики.
4. История развития рекламы.
5. Исторические этапы развития рекламы
6. Взаимосвязь развития рекламных технологий с развитием промышленного комплекса и изменений экономической ситуации.
7. Яркие рекламные компании 20 века.
8. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.  
Психологическое воздействие рекламы.
9. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.
10. Способы воздействия рекламных средств.
11. Законы гармоничной композиции.
12. Психологические особенности восприятия графических образов.
13. Построение композиции рекламы с учетом законов восприятия.

14. Рекламный текст – задачи и форма.
15. Роль шрифтовой рекламы. Акциденция
16. Способ гармонизации поля рекламы.
17. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.
18. Роль цвета в восприятии человеком графического изображения.
19. Психологические ассоциации цветов.
20. Сочетания цветов – усиление и ослабление восприятия.
21. Возрастные предпочтения цветовых решений в целевой группе.
22. Современная цветовая мода. Тенденции.
23. Виды рекламы на современном рынке
24. Печатная реклама и ее элементы.
25. Виды печатной продукции. Особенности восприятия.
26. Выбор графического решения во взаимосвязи с технологическими возможностями.
27. Рекламная композиция.
28. Заголовки. Слоган. Правила создания эффективного текста.
29. Работа с иллюстрациями. Рекламная иллюстрация и ее виды.
30. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы.
31. Рекламный текст.
32. Рекламные печатные издания. Правила построения. Полезные площади издания.
33. Модульная система проектирования.
34. Модульная структура как древнейший и простейший метод создания упорядоченных систем.
35. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга.
36. Основные принципы построения модульных сеток.
37. Дизайн и печать упаковки и этикетки. Особенности дизайна, технология изготовления, современные тенденции.
38. Технические и санитарные требования к упаковке.
39. Материалы для упаковки, приёмы и технологии.

40. Виды упаковки.
41. Построение композиции выставочного пространства.
42. Типовые решения, виды оборудования, моделирование сценария рекламной деятельности на выставке.
43. Новейшие разработки и тенденции в оформлении выставочного пространства.
44. Современные тенденции в проведении международных выставок
45. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы.
46. Место рекламы в городе. Взаимодействие со средой.
47. Требования к материалам наружной рекламы.
48. Особенности восприятия городской рекламы.
49. Мировые тенденции в городской рекламе.
50. Особенности законодательства РФ и некоторых западных стран применительно к рекламной деятельности.
51. Световая реклама. Типы светового оборудования.
52. Световой сценарий, охват световой палитры, динамический свет.
53. Типы световых вывесок, конструкций. Освещение ночного города.
54. Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей.
55. Основные приемы создания эффективной рекламы в сети.
56. Реклама в социальных сетях, коммуникативных программах. Выбор целевой аудитории.
57. Мониторинг эффективности рекламных сообщений и рекламной компании в целом.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете  
по дисциплине «Реклама в декоративно-прикладном искусстве и  
народных промыслах»**

Баллы (рейтингово й оценки)	Оценка зачета (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям по дисциплине
-----------------------------------	-----------------------------------	---

91-100	<i>«отлично»</i>	выказывает готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала; способность к системному пониманию всех проблем, связанных с умением поставить художественно-творческие задачи и предложить их решение, готовность к самостоятельному созданию художественного образа предмета, изделия, произведения декоративно-прикладного искусства и его исполнению в материале (ПК-3), владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач
76-90	<i>«хорошо»</i>	выставляется студенту, если он твердо усвоил материал курса, грамотно излагает его, допуская небольшие неточности, правильно применяет теоретические знания при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения в достаточной для осуществления дизайнерской деятельности мере
61-75	<i>«удовлетворительно»</i>	выставляется студенту, если он имеет знания только базовой части материала курса, но не усвоил его деталей, допускает неточности, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не достаточно аргументирует принятые решения, испытывает затруднения при выполнении практических заданий
60 и менее	<i>«неудовлетворительно»</i>	выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при ответе на вопросы, не умеет аргументировать выбранных проектных решений, а также затрудняется в их принятии, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине