



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

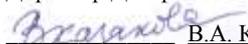
**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»


Т.Д. Лыкова
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ
Директор Департамента коммуникаций и медиа


В.А. Казакова
(подпись) (ФИО.)

«11» июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дизайн в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 4

лекции 18 час.

практические занятия 18 час.

лабораторные работы _____ час.

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

всего часов аудиторной нагрузки 36 час.

в том числе с использованием МАО _ час.

самостоятельная работа 72 час.

в том числе на подготовку к экзамену ___ час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект _____ семестр

зачет 4 семестр

экзамен _____ семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно установленного ДВФУ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом ректора ДВФУ №12-13-2030 от 21.10.2016г.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от «10» июня 2019 г.

Директор департамента канд.полит.наук, Казакова В.

Составитель: канд. хим. наук, ст. научный сотрудник Мороз С.В.

Оборотная сторона титульного листа РПД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ В.А. Казакова
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании департамента:

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Директор департамента _____ В.А. Казакова
(подпись) (И.О. Фамилия)

АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» разработана для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере». Дисциплина разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» является дисциплиной по выбору учебного плана Б1.В.ДВ.3.1.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет - 3 зачетные единицы, 108 часов. Лекции - 18 часов, практические занятия- 18 часов, самостоятельная работа – 72 часа. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с необходимостью создания целостного представления о деятельности специалиста в области дизайна, расширение его проектных навыков в области создания объектов полиграфии, ориентации в системе целей и приоритетов при формировании объектов дизайна.

Одна из особенностей дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» заключается в формировании теоретического и практического инструментария для построения графических изображений применяемых в дизайне, овладение базовыми знаниями технологий и основ производства рекламной, сувенирной, многостраничной печатной продукции, технологическими и производственными требованиями, предъявляемыми к макетам дизайн-продукта.

Цель изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» создать целостное представление о специфике разработки объектов малой полиграфии и навыками творческого подхода в решении ряда прикладных задач при разработке объектов дизайна; сформировать у студентов комплексное владение различными техниками в области малой полиграфии для создания объектов визуальной среды, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Задачи:

- формирование способностей работы с разноформатными графическими объектами;
- формирование навыков визуального и мышления в рамках графической среды;
- использование основ создания графической композиции, творческого мышления,

- самостоятельность в выборе шрифтовой группы в рамках решаемых задач.

Для успешного изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знает	основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве
	Умеет	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
	Владеет	современной методикой построения макетов в рамках выбранных направлений дизайн-деятельности; знаниями спецтерминологии и понятий дизайн-деятельности для общения в профессиональном сообществе
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знает	сущность и задачи стратегического планирования
	Умеет	разработать бизнес план фирмы
	Владеет	навыками по организации и оперативному планированию деятельности фирмы
ПК-12 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров	Знает	методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
	Умеет	анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения

и прогнозов		задачи
	Владеет	способами синтезирования возможных решений задач и подходов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения:

- Дискуссия, диспут;
- Презентация;
- Интерактивные лекции.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 час)

Раздел 1. Графический дизайн: социокультурные основания и специфика (6час)

Тема 1. Становление графического дизайна. Трактовка понятия «дизайн»

Тема 2. Реклама как область графического дизайна. Графический дизайн и визуализация современной культуры

Рекламный образ. Естественная и проектная условность рекламного образа. Красота замысла, идеи и формы. Визуальная культура. Динамика городской культуры.

Тема 3. Социокультурные факторы и функции развития графического дизайна

Потребительский, культурно-символический фактор и информационный факторы. Коммуникативная функция. Обогащение культуры. Создание новых ценностей. Знаковая, эстетическая и воспитательная функции.

Раздел 2. Дизайн рекламы: проектный процесс (6 час)

Тема 4. Этапы проектирования визуальной рекламы

Составляющие проектной деятельности в графическом дизайне. Становление дизайн-проектирования. Этапы дизайн-проектирования.

Тема 5. Композиция и цвет в дизайне рекламы

Трактовка понятия «композиция», Специфика процесса восприятия информации. Восприятие вербальной информации. Принципы композиционной организации. Приемы и средства композиционной организации. Цветовая гармония. Эмоционально-пространственные свойства цветов.

Тема 6. Оценка оптимальности проектного решения

Этапы выбора оптимального проектного решения. Методы оценки дизайн-решения рекламного объекта.

Раздел 3. Дизайн-разработка рекламной графики (6 час)

Тема 7. Механизм воздействия рекламного образа

Симуляция как содержательная основа рекламного образа. Знак рекламного образа. Направления симуляции – имитация и аффектация.

Тема 8. Графика, фотографика и типографика

Рисунок. Оформительская графика. Чертеж. Фирменный стиль. Товарный знак. Визитка. Бланки. Деловая графика.

Тема 9. Проектные приемы разработки рекламного образа

Шрифтовые композиции. Избыточность как особенность графического языка. Аттракция и ее приемы.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (18час.)

Занятие 1. Выразительные и стилистические средства графики. (2час.)

1. Варианты отношений пятна, линии, фона.
2. Структура формата и схемы компоновок объектов малой полиграфии.
3. Закономерности зрительного восприятия.

Занятие 2.Тексто-графическая концепция одно- и двусторонней листовки и ряда объектов малой полиграфии(4 час.)

1. Классификация объектов малой полиграфии
2. Анализ информации, отделение главной информации от второстепенной.
3. Использование художественных элементов в композиции объекта, материалы, способы создания.
4. Выполнение композиции визитки по принципам и основным положениям классической типографики, модерна и постмодерна.

Занятие 3.Структура и принципы разработки серии информационных плакатов(4 час.)

1. Применение основных принципов разработки концепции плаката: серийность, лаконичность, выразительность, контрастность
2. Разработка художественно-графической идеи в плакате.
3. Плакат модерна и постмодерна. Применение основных принципов данных направлений

Занятие 4. Многообразие технических решений при создании объектов полиграфии(4 час)

1. Смешанные техники графики, коллаж.
2. Разработка графических элементов для создания макета потребительской упаковки.

Занятие 5. Типографика в системе формирования художественно-образной структуры объектов дизайна(4 час.)

1. Зрительный центр листа, геометрический центр.
2. Графические средства для отражения иерархии информации
3. Параметры шрифта
4. Группировка элементов в композиции полиграфических объектов.

Лабораторные работы (__ / __ час.)

Не предусмотрены.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» 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 обучающихся 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 разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Графический дизайн: социокультурные основания и специфика	ОПК 6 ПК 2 ПК 12	Знает основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве; сущность и задачи стратегического планирования; методы написания	собеседование	Вопросы к зачету 1-75

			аналитических справок, обзоров и прогнозов		
			Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; разработать бизнес план фирмы; анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи	контрольная работа	Вопросы к зачету 1-75
			Владеет		
2	Дизайн рекламы: проектный процесс	ОПК 6 ПК 2 ПК 12	Знает основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве; сущность и задачи стратегического планирования; методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	собеседование	Вопросы к зачету 1-75
			Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; разработать бизнес план фирмы; анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи	контрольная работа	Вопросы к зачету 1-75
			Владеет		
3	Дизайн-разработка рекламной графики	ОПК 6 ПК 2 ПК 12	Знает основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве; сущность и задачи стратегического планирования; методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	собеседование	Вопросы к зачету 1-75
			Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;	контрольная работа	Вопросы к зачету 1-75

			разработать бизнес план фирмы; анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи		
			Владеет		

Итогом изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» является зачет.

Вопросы к зачету

1. Назовите психологические механизмы воздействия рекламного образа на потребителя.
2. Охарактеризуйте сюжетно-тематическую основу рекламного образа.
3. Какие художественные средства рекламного дизайна вам известны?
4. Объясните значение рисунка в рекламном дизайне. Определите обстоятельства его использования в качестве иллюстрации.
5. Какие виды графики используются в рекламном дизайне?
6. Что такое товарный знак? Назовите этапы его создания. Перечислите виды товарных знаков.
7. Что представляет собой деловая графика?
8. Что такое фотографика?
9. В чем причины широкого использования фотографии в рекламном дизайне?
10. Какова связь между объектом иллюстрации и целевой группой потребителей?
11. Что такое типографика?
12. Из каких элементов состоит структура буквы?
13. Какие существуют классификации шрифтов?
14. От каких факторов зависит выбор шрифта? От чего зависит удобочитаемость шрифта?
15. Что такое «игра со шрифтами»? Какую роль она может играть в рекламном дизайне?
16. Назовите и охарактеризуйте проектные приемы разработки рекламного образа.
17. Назовите особенности визуального решения графических объектов в инженерном проектировании.
18. Каковы особенности художественного мышления?
19. Перечислите особенности дизайн-проектного мышления.
20. В чем отличие объектов инженерного мышления от художественного?
21. Что такое художественный образ?

22. Определите понятие «креативность дизайн-решения».
23. Чем определяются достоинства типологии дизайн-графики по функциональным признакам?
24. Назовите этапы дизайн-проектирования. В чем их специфика?
25. Что такое дизайн-концепция?
26. На основании чего осуществляется подбор и анализ аналогов рекламируемого объекта в проектом процессе?
27. Что такое эскиз?
28. Какие методики организации проектного процесса вам известны?
29. Что такое композиция? Назовите виды композиции.
30. В чем заключаются особенности восприятия человеком графической композиции?
31. Назовите принципы композиционной организации.
32. Какие композиционные средства обеспечивают целостность объекта?
33. В чем заключается принцип доминанты?
34. Какое значение для композиционной организации имеет принцип соподчиненности?
35. Какие композиционные приемы способствуют реализации принципа равновесия?
36. Назовите композиционные приемы по созданию статичной композиции.
37. Какие виды симметрии вы знаете? Приведите примеры их использования.
38. Какое влияние оказывает выбор формата на композиционный строй объекта?
39. Объясните особенность метрического ряда как частного случая ритма.
40. От чего зависит активность ритмического ряда в композиции?
41. Каким образом материалы, используемые в композиции, влияют на ее выразительность?
42. Каковы функции цвета в рекламе?
43. Назовите факторы выбора цвета в процессе проектирования.
44. Назовите основные критерии оценки оптимальности проектного решения. Какие существуют методы оценки оптимальности проектного решения? От чего зависит выбор метода оценки оптимальности проектного решения?
45. В чем заключается природа дизайна? Какие факторы способствовали возникновению дизайна?
46. Какие науки определяют область необходимых знаний дизайнера-графика? Приведите примеры.

47. Каким образом потребности человека и общества влияют на дизайнерскую деятельность?
48. Существовали ли графические объекты проектной деятельности до возникновения массового производства?
49. Приведите примеры первых графических объектов, имеющих утилитарное назначение.
50. Что способствовало развитию потребности в создании графических дизайн-объектов? В какое время начинает происходить становление графического дизайна?
51. Назовите социокультурные факторы развития графического дизайна.
52. Каким образом объекты дизайн-графики манипулируют массовым сознанием?
53. Почему именно реклама представляет собой наиболее развивающееся направление графического дизайна?
54. Почему рекламный дизайн нельзя вычленить из социокультурного контекста?
55. Чем сегодня обусловлено внимание к дизайну рекламы?
56. Охарактеризуйте коммуникативную функцию дизайна рекламы.
57. В чем состоит задача графического или визуального дизайна?
58. В чем заключается понятие «визуальная культура»?
59. Что представляет собой процесс визуализации культуры?
60. С чем связано формирование нового языка визуальной культуры?
61. Приведите примеры использования объектов графического дизайна в различных областях массовой информации.
62. В чем заключается креативность мышления дизайнера-графика?
63. Каким образом объекты графического дизайна влияют на жизненный стиль, имидж потребителей?
64. Как вы понимаете определение дизайнера-графика как «визуального интерпретатора»?
65. Какие общие и существенные признаки содержатся в понятии «рекламный дизайн»?
66. Какова роль красоты в рекламном дизайне?
67. Можно ли рассматривать рекламный дизайн как «формообразование»? Ответ аргументируйте.
68. Какую роль в рекламном дизайне играет эстетическая форма?
69. Каково соотношение понятий «рекламный образ» и «художественный образ»?
70. В чем заключается естественная условность рекламного образа? Приведите примеры.

71. В чем заключается проектная условность рекламного образа? Приведите примеры.
72. Любое ли рекламное изображение представляет собой рекламный образ?
73. Каким образом объекты дизайна оказывают воспитательное воздействие на личность человека?
74. В чем заключается коммуникативность как главная функция графического дизайна?
75. Каким образом объекты графического дизайна реализуют престижно-знаковую функцию? Приведите примеры.

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.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Мартин, Белла; Ханингтон, Брюс Универсальные методы дизайна : 100 эффективных решений для наиболее сложных проблем дизайна / Белла Мартин, Брюс Ханингтон ; [пер. с англ. : Е. Карманова, А. Мороз]. - Санкт-Петербург: - Питер. – 2014. - 208 с. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:780331&theme=FEFU>
2. Проскурин Е.Г. Основы рекламы: типографика, верстка и макетирование печатных средств массовой информации учебное пособие / Е.Г. Проскурин. Барнаул, 2014. 108 с <http://elibrary.ru/item.asp?id=22679480>
3. 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>
4. 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>

5. 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>

Дополнительная литература

(печатные и электронные 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. Враймуд, И.В. Знаки и знаковое сознание: графосемиотический подход/Враймуд И.В. – М:ФЛИНТА 2015 г.-190 с. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/175710>

3. 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>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Дубина, Н. А. Обзор авторских техник получения оттиска. /Н. А.Дубина Компьюарт, [Электронный ресурс]электронный журнал:— Электрон.дан. — М.: КомпьютерПресс, - 2009. —Режим доступа:<http://www.compuart.ru/>

2. Королькова , А. Живая типографика. / А. Королькова - М: IndexMarket, 2010. – 214с. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=19621350>

3. Проскурин Е.Г. Основы рекламы: типографика, верстка и макетирование печатных средств массовой информации учебное пособие / Е.Г. Проскурин. Барнаул, 2014. 108 с <http://elibrary.ru/item.asp?id=22679480>

4. Дырдин А.А., Куранов А.О. Типографика (учебное пособие) И.:Успехи современного естествознания. 2010. № 9. С. 64-65.<http://elibrary.ru/item.asp?id=13621668>

5. Экслибрис.История возникновения в России и за рубежом. Библиотечно-информационный комплекс ФУ при Правительстве РФ. Режим доступа <http://www.library.fa.ru/exhib.asp?id=42>

6. Филиппович, А. Ю. ВЕНЗЕЛЬ, ЭКСЛИБРИС Курс лекций. / А. Ю. Филиппович, – М: МГУП им. Ивана Федорова – 2012. Библиотечно-информационный комплекс ФУ при Правительстве РФ. - Режим доступа <http://it-claim.ru/Education/Course/Fonts/lecture/5TLectureFonts.pdf>

7. 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>
8. Сафонов, А.В., Могинов, Р.Г. Проектирование полиграфического производства: Учебник/А.В.Сафонов., Р.Г. Могинов – М: Дашков и К -2012 г. 489 с. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/164455>
9. Черемушкин, Г.В. Гравюра: учебное пособие/ Г.В.Черемушкин-М: Логос 2012 г.- 239 с. Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/172332>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, Skype, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

При изучении дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» особое внимание должно быть обращено на приобретение практических навыков использования программных продуктов. Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, должны способствовать формированию у студентов нового подхода к использованию информационных и коммуникационных технологий, обеспечить возможность дальнейшей самостоятельной работы на ПК при решении своих профессиональных задач.

Лекции в условиях высшего образования являются одним из основных видов занятий. На них дается общее представление о научном подходе при изложении вопросов дисциплины, об основных научно-теоретических положениях современных информационных технологий, о методике их применения. Посещение лекций, внимательное отношение к излагаемому материалу, аккуратное ведение конспекта, повторение материала лекций и самостоятельная работа с теоретическими вопросами перед практическими занятиями являются залогом качественного усвоения материала дисциплины, получения прочных знаний, приобретения навыков уверенной работы с ПК, развития умений самостоятельного решения нестандартных задач.

Практические занятия занимают важное место в процессе обучения. В первую очередь на них приобретаются основные навыки работы с программ-

ными продуктами. Эти виды занятий позволяют обеспечить необходимый уровень практической работы в приложениях, служат основой для дальнейшей самостоятельной работы. Получаемые навыки необходимы также для успешного изучения специальных дисциплин и дальнейшего применения информационных технологий в профессиональной деятельности. Рекомендуется посещать все практические занятия. Перед практическим занятием следует повторить материал лекции, изучить вопросы, данные на самостоятельную обработку. Во время практического занятия рекомендуется четко следовать указаниям преподавателя, немедленно выяснять все непонятные моменты, добиваться качественного и полного выполнения заданий.

Контрольное задание служит для получения навыка самостоятельного изучения отдельных вопросов дисциплины, обработки имеющихся знаний и умений. При защите контрольного задания нужно продемонстрировать умение работать в приложениях, в которых выполнялось задание, а также знание теоретического материала.

Изучение дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» завершается зачетом в конце четвертого семестра. На зачет не допускаются студенты, не выполнившие учебную программу - не сдавшие или не защитившие контрольные задания по дисциплине. Зачет включает в себя ответ на вопросы к зачету, список которых приведен выше.

Добросовестное выполнение требований преподавателей, посещение аудиторных занятий, планомерная, систематическая самостоятельная работа в течение года - вот залог успешного освоения материала дисциплины и сдачи зачета.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
<p>Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48</p> <p>Компьютерный класс: Моноблок HP ProOne 400 All-in-One 19,5 (1600x900), Core i3-4150T, 4GB DDR3-1600 (1x4GB), 1TB HDD 7200 SATA, DVD+/-RW, GigEth, Wi-Fi, BT, usb kbd/mse, Win7Pro (64-bit)+Win8.1Pro(64-bit), 1-1-1 Wty (25 шт.)</p>	<p>г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 6096</p>

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем 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 ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине «Дизайн в рекламе и связях с общественностью»

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Форма подготовки очная

Владивосток

2016

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	1-17 неделя	Работа с конспектом лекций и дополнительной литературой.	24 часов	Устный опрос
2	1-17 неделя	Подготовка к практическим работам и заданиям	30 часов	эскизы и разработка решений творческих заданий по темам
3	1-17 неделя	Подготовка к презентации или докладу	10 часов	Доклад или презентация
4	18 неделя	Подготовка к зачету	8 часов	Зачет

Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению.

Самостоятельная работа студентов в процессе изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» состоит из подготовки к практическим работам, изучения профильной литературы, указанной в списках, подготовки к зачету.

Самостоятельная работа по подготовке к практической работе считается зачтенной в случае, если посредством ее выполнения студент наработал достаточный материал и выполнил творческое задание по смежной теме практической работы.

Рекомендации по работе с литературой и конспектами лекций

Самостоятельная работа студентов в процессе изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» предполагает:

1. Изучение конспектов лекций по каждой теме в качестве основы для разработки рассматриваемых в рамках курса задач.
2. Знакомство с учебной литературой и работами художников для формирования устойчивых навыков использования технологий и вариативности творческой работы.

3. Работа с литературой по изучению культурно-художественного наследия, с учебной, научной и научно-популярной литературой по общим вопросам техник графики.
4. Изучение рабочей учебной программы в качестве основы и отправной точки для дальнейшей углубленной разработки рассматриваемых в рамках курса вопросов.
5. Знакомство с учебной, научной и научно-популярной литературой по общим вопросам полиграфии.
6. Работа с периодическими изданиями по изучению художественного наследия.
7. Чтение научных монографий из списка литературы
8. Поиск образцов работ, выполненных в соответствующих техниках.
9. Выполнение набросков, эскизов, макетов, заданий.
10. Подготовка к практическим занятиям.
11. Подготовка к зачету

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- формирование графического мышления, навыков создания цифровых и аналоговых графических форм, ведения профессиональных дискуссий;
- развитие навыков работы с разноплановыми источниками, техниками, материалами, инструментами;
- осуществление эффективного поиска информации и критики источников;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам дизайна.

Для решения указанных задач студентам предлагаются к рассмотрению и содержательному анализу графические работы дизайнеров и художников, работающих в технике эстампа, статьи по проблемам полиграфии, графические работы дизайнеров и практиков эстампа.

Результаты работы с изображениями обсуждаются на лабораторных занятиях, посвященных соответствующим по проблематике вопросам эстампа. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной и справочной литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется на лабораторных занятиях посредством демонстраций работ студентов, разбора графических заданий и их коллективного обсуждения, критической оценки рассматриваемого материала, что должно способствовать раскрытию творческих способностей студентов в области малых полиграфических форм, выполненных аналоговым способом. **Требования к конспекту:**

1. Конспект должен быть выполнен в отдельной тетради, подписанный автором.
2. Обязательно указан план занятия с названием темы, вопросов, списка литературы и источников.
3. Необходимо отражать проблематику всех поставленных вопросов.
4. Иметь обобщающие выводы по всем, упомянутым в течение лекции, темам.
5. Желательно сопровождать конспект подборкой дополнительных материалов с иллюстративным рядом по изучаемой теме, найденных самостоятельно.

Подготовка к работе над практическим заданием

Предполагает самостоятельную проработку студентом эскизного варианта решения предложенной темы со знакомством с наследием мастеров изучаемого жанра, последующими ссылками на их работы, умением доказательно аргументировать выбор цветового и композиционного решения творческого задания методом поиска и исполнения различных вариантов решения творческого задания для доказательства многовариантности решения творческих задач.

Самостоятельная работа студентов в процессе изучения дисциплины «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» предполагает:

- Изучение конспектов лекций по каждой теме в качестве основы для разработки рассматриваемых в рамках курса задач.
- Знакомство с учебной литературой и работами дизайнеров и художников для формирования устойчивых навыков использования технологий и вариативности творческой работы.
- Работа с литературой по изучению культурно-художественного наследия, с учебной, научной и научно-популярной литературой по общим вопросам техник графики.
- Разработка эскизов и подготовка их к печати на соответствующем материале.

Для успешного выполнения практического задания студенту рекомендуется действовать по следующему алгоритму:

Перед подготовкой к выполнению задания

- узнать тематику творческого задания;
- проработать учебную (в том числе конспекты лекций) и дополнительную литературу (см. список рекомендованной литературы к лекционным и семинарским занятиям);
- ознакомиться с наследием мастеров изучаемого жанра и сформировать

собственную коллекцию работ мастеров по заданной теме;

- во время консультации выяснить у преподавателя вопросы, вызвавшие затруднения при подготовке к творческому заданию.

Темы практических заданий:

Тема 1. Выразительные и стилистические средства графики.

Тема 2.Тексто-графическая концепция одно- и двусторонней листовки и ряда объектов малой полиграфии

Тема 3.Структура и принципы разработки серии информационных плакатов

Тема 4. Многообразие технических решений при создании объектов полиграфии

Тема 5.Типографика в системе формирования художественно-образной структуры объектов дизайна

Во время выполнения творческих работ всю самостоятельную деятельность по поиску решений следует начинать «в карандаше». Затем проработать наиболее художественно выразительный эскизный материал в цвете или монохромно с определением композиционного и цветового решения. Обсудить с преподавателем во время консультаций достоинства и недостатки выполненных вариантов.

Утвержденный вариант выполнить «в материале», следуя технологическим особенностям практического творческого задания. В соответствии с особенностями, присущими прорабатываемым техникам, перенести изображение на доску и выполнить гравирование в рамках выбранной техники. Ясность, лаконизм и выразительность художественного языка, доступность, простота материалов, небольшие размеры работ – основные принципы этого вида изобразительного искусства.

Печатная форма, с которой производится печатание, всегда создается на основе выполненного эскиза. Каждая техника имеет свои особенности, которые необходимо учесть при создании эскизов для последующего нанесения их на печатные доски.

Оценка всех форм текущего контроля студентов на основе их самостоятельной работы осуществляется на основе критериев, предложенных в рабочей программе.

Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, справочной и оригинальной исторической литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется с помощью просмотра творческих и разноуровневых задач и заданий и самостоятельных работ.

После окончания работ необходимо все инструменты и рабочие поверхности очистить от следов краски и других материалов во избежание их засыхания.

Подготовка к презентации или докладу

Для подготовки презентации рекомендуется использовать: PowerPoint, MS Word, AcrobatReader. 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.
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить изобразительный ряд для формирования архива его на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Разработать шаблон презентации и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации на фокус-группе.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительно-го 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 – один на 20-25 секунд доклада;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие обобщения 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; раздаточные материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

Работа студента над докладом-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 доклада и др.

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, аудиовизуальных или визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Темы презентаций:

1. Закономерности зрительного восприятия
2. Основные положения классической типографики, модерна и постмодерна.
3. Разработка художественно-графической идеи в плакате. Плакат модерна и постмодерна.
4. Экслибрис. История его возникновения в России и за рубежом.

5. Что является главными изобразительными средствами графики?
6. Объяснить использование условности и сдержанности графического высказывания в графике
7. Описать общие и отличительные признаки графики и живописи
8. Описать преимущества графики перед другими видами искусств
9. Цветовые решения в графике и живописи
10. Описать принцип создания высокой, глубокой и плоской печати
11. Техника *высокой* печати. Материалы, инструменты и технологический процесс, наименования техник
12. Техника *глубокой* печати. Материалы, инструменты и технологический процесс, наименования техник
13. Техника *плоской* печати. Материалы, инструменты и технологический процесс, наименования техник
14. Описать техпроцесс, инструменты и материалы монотипии,
15. Способ создания рельефной (обронной) гравюры на металле. Материалы, инструменты и технологический процесс
16. Конгревные работы. Материалы, инструменты и технологический процесс
17. Линогравюра. Цветная линогравюра. Материалы, инструменты и технологический процесс
18. Гравюра на гипсе. Материалы, инструменты и технологический процесс
19. Гравюра на картоне. Особенности, материалы, инструменты и технологический процесс
20. Резцовая (металлическая) гравюра. Особенности, материалы, инструменты и технологический процесс
21. Сухая (холодная) игла. Особенности, материалы, инструменты и технологический процесс
22. Меццо-тинто (черная манера, английская гравюра) Особенности, материалы, инструменты и технологический процесс

Требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы.

Представляемая информация должна быть систематизирована, последовательна и логически связана. Демонстрируется в требуемом формате с грамотным использованием информационных, компьютерных и сетевых технологий.

Бегло и точно применяется терминологический аппарат предметной области.

Творческие работы предоставляются к коллегиальному просмотру на сессии. Печатные листы, выполненные аналоговым способом, представляются к просмотру в паспорту белого (желательно) цвета с отступами:

от верхнего края доски 0,7 см

от левого и правого края доски 0,5-0,7 см

от нижнего края доски 0,7 см

Подпись к работе выполняется на оттиске карандашом, отображая следующую информацию:

номер оттиска/ тираж – название работы, техника исполнения, ФИО автора, год исполнения работы.

Творческие работы, выполненные цифровым способом, печатаются в натуральный размер на бумаге или материале, выбранном для проекта, в натуральную величину. Сборка так же осуществляется с учетом технологических особенностей, максимально приближенных к производственным.



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

ШКОЛА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Дизайн в рекламе и связях с общественностью»
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Форма подготовки очная

Владивосток
2016

**Паспорт
фонда оценочных средств**

по дисциплине «Дизайн в рекламе и связях с общественностью»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Знает	основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве
	Умеет	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
	Владеет	современной методикой построения макетов в рамках выбранных направлений дизайн-деятельности; знаниями спецтерминологии и понятий дизайн-деятельности для общения в профессиональном сообществе
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знает	сущность и задачи стратегического планирования
	Умеет	разработать бизнес план фирмы
	Владеет	навыками по организации и оперативному планированию деятельности фирмы
ПК-12 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знает	методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
	Умеет	анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи
	Владеет	способами синтезирования возможных решений задач и подходов

КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Графический дизайн: социокультурные основания и специфика	ОПК 6 ПК 2 ПК 12	Знает основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве; сущность и задачи стратегического планирования; методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	собеседование	Вопросы к зачету 1-75
			Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с	контрольная работа	Вопросы к зачету 1-75

			<p>применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; разработать бизнес план фирмы; анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи</p> <p>Владеет</p>		
2	Дизайн рекламы: проектный процесс	ОПК 6 ПК 2 ПК 12	<p>Знает основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве; сущность и задачи стратегического планирования; методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>	собеседование	Вопросы к зачету 1-75
			<p>Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; разработать бизнес план фирмы; анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи</p> <p>Владеет</p>	контрольная работа	Вопросы к зачету 1-75
3	Дизайн-разработка рекламной графики	ОПК 6 ПК 2 ПК 12	<p>Знает основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве; сущность и задачи стратегического планирования; методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов</p>	собеседование	Вопросы к зачету 1-75
			<p>Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; разработать бизнес план фирмы; анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи</p> <p>Владеет</p>	контрольная работа	Вопросы к зачету 1-75

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
ОПК-6 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	знает (пороговый уровень)	основные методы, способы и средства разработки дизайн-макета в цифровом пространстве	знание определений основных понятий предметной области исследования	способность перечислить и раскрыть основные принципы формирования сообщений; -способность самостоятельного выбора формата печатных изданий -способность найти источники информации по формированию шрифтовой культуры;
	умеет (продвинутый)	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности	- способность управлять формой для понимания устройства шрифта; - способность оперировать текстовыми символами, формами, графическими и плоскостными идеями типографики-способность формировать шрифтовую культуру на основе анализа образцов рекламных сообщений.
	владеет (высокий)	современной методикой построения макетов в рамках выбранных направлений дизайн-деятельности; знаниями терминологии и понятий дизайн-деятельности для общения в профессиональном сообществе	владение процессами подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ	способность разработать и создать макет в рамках выбранных направлений дизайн-деятельности
ПК-2 владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	знает (пороговый уровень)	сущность и задачи стратегического планирования	знание определений основных понятий предметной области исследования	способность перечислить и раскрыть основные принципы стратегического планирования
	умеет (продвинутый)	разработать бизнес план фирмы	умение грамотно и эффективно реализовывать полученные знания в практической деятельности	способность разработать бизнес план и составить на его основе презентацию
	владеет (высокий)	навыками по организации и опе-	владение процессами подготовки, творче-	- способность выбрать необходимую-

		ративному планированию деятельности фирмы	ской проработки и реализации коммуникационных программ	структуру управления фирмой; - способность разработать необходимую маркетинговую стратегию
ПК-12 способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	знает (пороговый уровень)	методы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	знание определений основных понятий предметной области исследования	Способность перечислить основные методы составления аналитических справок, обзоров и прогнозов
	умеет (продвинутый)	анализировать эффективность использования цифровых технологий при выборе техники исполнения задачи	умение грамотно и эффективно реализовать полученные знания в практической деятельности	способность работать с информацией; - способность анализировать и представлять собранную информацию
	владеет (высокий)	способами синтеза возможных решений задач и подходов	владение процессами подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ	способность составления аналитических справок, обзоров и прогнозов

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

76. Назовите психологические механизмы воздействия рекламного образа на потребителя.
77. Охарактеризуйте сюжетно-тематическую основу рекламного образа.
78. Какие художественные средства рекламного дизайна вам известны?
79. Объясните значение рисунка в рекламном дизайне. Определите обстоятельства его использования в качестве иллюстрации.
80. Какие виды графики используются в рекламном дизайне?
81. Что такое товарный знак? Назовите этапы его создания. Перечислите виды товарных знаков.
82. Что представляет собой деловая графика?
83. Что такое фотографика?
84. В чем причины широкого использования фотографии в рекламном дизайне?
85. Какова связь между объектом иллюстрации и целевой группой потребителей?
86. Что такое типографика?
87. Из каких элементов состоит структура буквы?
88. Какие существуют классификации шрифтов?

89. От каких факторов зависит выбор шрифта? От чего зависит удобочитаемость шрифта?
90. Что такое «игра со шрифтами»? Какую роль она может играть в рекламном дизайне?
91. Назовите и охарактеризуйте проектные приемы разработки рекламного образа.
92. Назовите особенности визуального решения графических объектов в инженерном проектировании.
93. Каковы особенности художественного мышления?
94. Перечислите особенности дизайн-проектного мышления.
95. В чем отличие объектов инженерного мышления от художественного?
96. Что такое художественный образ?
97. Определите понятие «креативность дизайн-решения».
98. Чем определяются достоинства типологии дизайн-графики по функциональным признакам?
99. Назовите этапы дизайн-проектирования. В чем их специфика?
100. Что такое дизайн-концепция?
101. На основании чего осуществляется подбор и анализ аналогов рекламируемого объекта в проектном процессе?
102. Что такое эскиз?
103. Какие методики организации проектного процесса вам известны?
104. Что такое композиция? Назовите виды композиции.
105. В чем заключаются особенности восприятия человеком графической композиции?
106. Назовите принципы композиционной организации.
107. Какие композиционные средства обеспечивают целостность объекта?
108. В чем заключается принцип доминанты?
109. Какое значение для композиционной организации имеет принцип соподчиненности?
110. Какие композиционные приемы способствуют реализации принципа равновесия?
111. Назовите композиционные приемы по созданию статичной композиции.
112. Какие виды симметрии вы знаете? Приведите примеры их использования.
113. Какое влияние оказывает выбор формата на композиционный строй объекта?

114. Объясните особенность метрического ряда как частного случая ритма.
115. От чего зависит активность ритмического ряда в композиции?
116. Каким образом материалы, используемые в композиции, влияют на ее выразительность?
117. Каковы функции цвета в рекламе?
118. Назовите факторы выбора цвета в процессе проектирования.
119. Назовите основные критерии оценки оптимальности проектного решения. Какие существуют методы оценки оптимальности проектного решения? От чего зависит выбор метода оценки оптимальности проектного решения?
120. В чем заключается природа дизайна? Какие факторы способствовали возникновению дизайна?
121. Какие науки определяют область необходимых знаний дизайнера-графика? Приведите примеры.
122. Каким образом потребности человека и общества влияют на дизайнерскую деятельность?
123. Существовали ли графические объекты проектной деятельности до возникновения массового производства?
124. Приведите примеры первых графических объектов, имеющих утилитарное назначение.
125. Что способствовало развитию потребности в создании графических дизайн-объектов? В какое время начинает происходить становление графического дизайна?
126. Назовите социокультурные факторы развития графического дизайна.
127. Каким образом объекты дизайн-графики манипулируют массовым сознанием?
128. Почему именно реклама представляет собой наиболее развивающееся направление графического дизайна?
129. Почему рекламный дизайн нельзя вычленить из социокультурного контекста?
130. Чем сегодня обусловлено внимание к дизайну рекламы?
131. Охарактеризуйте коммуникативную функцию дизайна рекламы.
132. В чем состоит задача графического или визуального дизайна?
133. В чем заключается понятие «визуальная культура»?
134. Что представляет собой процесс визуализации культуры?
135. С чем связано формирование нового языка визуальной культуры?

136. Приведите примеры использования объектов графического дизайна в различных областях массовой информации.
137. В чем заключается креативность мышления дизайнера-графика?
138. Каким образом объекты графического дизайна влияют на жизненный стиль, имидж потребителей?
139. Как вы понимаете определение дизайнера-графика как «визуального интерпретатора»?
140. Какие общие и существенные признаки содержатся в понятии «рекламный дизайн»?
141. Какова роль красоты в рекламном дизайне?
142. Можно ли рассматривать рекламный дизайн как «формообразование»? Ответ аргументируйте.
143. Какую роль в рекламном дизайне играет эстетическая форма?
144. Каково соотношение понятий «рекламный образ» и «художественный образ»?
145. В чем заключается естественная условность рекламного образа? Приведите примеры.
146. В чем заключается проектная условность рекламного образа? Приведите примеры.
147. Любое ли рекламное изображение представляет собой рекламный образ?
148. Каким образом объекты дизайна оказывают воспитательное воздействие на личность человека?
149. В чем заключается коммуникативность как главная функция графического дизайна?
150. Каким образом объекты графического дизайна реализуют престижно-знаковую функцию? Приведите примеры.

Критерии оценки устного ответа

✓ 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.

Оценочные средства для текущей аттестации

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Дизайн в рекламе и связях с общественностью» проводится в форме собеседования и контрольных мероприятий (*защиты практической работы*).

Вопросы для собеседования

1. Язык графики как одного из видов классических искусств. Выразительные и стилистические средства графики.
2. Цифровая и аналоговая графика
3. Общее между графикой и живописью, иллюзия трехмерности.
4. Условности графического искусства.
5. Рисунок - определяющее, ведущее начало графики.
6. Эмоциональное воздействие цвета.
7. Понятия живописности и графичности.
8. Аналоговые и цифровые виды печати малых полиграфических форм.
9. Свойства компоновки текстовых блоков при создании объектов малой полиграфии. Свойства шрифта.
10. Главная и второстепенная информация, расстановка акцентов посредством типографики.

11. Анализ и расстановка акцентов композиции
12. Удобочитаемость. Насыщенность шрифта. Различимость. Контрастность шрифта. Емкость гарнитуры, шрифта.
13. Конструирование. Линейные, тоновые, цветовые вариации и интерпретации в композиции полиграфических объектов
14. Конструктивные, функциональные и эстетические свойства объектов малой полиграфии. Классификация и основные особенности. Экслибрис. История его возникновения в России и за рубежом.
15. Виды объектов малой полиграфии. Описание и функциональные особенности. Типы конструкций. Тираж.
16. Технологические особенности производства.
17. Экслибрис.
18. Вензельный вид экслибриса.
19. Пластический язык экслибриса.
20. Эkleктизм в экслибрисе.
21. Разнообразие техник станковой графики. Материалы и техники аналоговой графики, соответствующий инструментарий. Технологические схемы печатных процессов
22. Высокая печать. : Ксилография: продольная (обрезная), торцовая (тоновая), цветная; кьяроскуро, рельефная (обронная) гравюра на металле, линогравюра, цветная линогравюра; гравюра на гипсе, гравюра на картоне
23. Глубокая печать: резцовая гравюра, меццо-тинто, гравюра сухой иглой, частично пунктирная и карандашная манеры.
24. Печать посредством процесса травления: травленный штрих, акватинта, резерваж, лавис, мягкий лак, карандашная и пунктирная манеры
25. Плоская печать. Технологические схемы печатных процессов. Отношения пятна и фона.
26. Монотипия, Диатипия (деотипия), Акватипия, Акваграфия, Флоротипия, Гектография, Тампонная печать (тампопечать), Литография,
27. Другие способы печати: Сквозная печать: трафарет, шелкография
28. Фотохимические способы печати.
29. Варианты отношений пятна и фона.
30. Структура формата. Схемы компоновок
31. Конгревные работы. Линогравюра. Цветная линогравюра. Гравюра на гипсе. Гравюра на картоне
32. Тираж. Богатый набор фактур
33. Инструменты.
34. Характерные особенности линогравюры.
35. Рельефная гравюра.

36. Конгревные работы. Штампы.
37. Глубокая печать. Резцовая (металлическая) гравюра.
38. Сухая (холодная) игла. Меццо-тинто (черная манера, английская гравюра)
39. Способы нанесения углубленного рисунка.
40. Инструменты и материалы. Особенности материалов.
41. Варианты нанесения краски.
42. Гравирование в технике сухой иглы. Сочетание с другими техниками.
43. Меццо-тинто, выглаживание.
44. Инструменты.

Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий:

Тема 1. Выразительные и стилистические средства графики.

Тема 2.Тексто-графическая концепция одно- и двусторонней листовки и ряда объектов малой полиграфии

Тема 3.Структура и принципы разработки серии информационных плакатов

Тема 4. Многообразие технических решений при создании объектов полиграфии

Тема 5.Типографика в системе формирования художественно-образной структуры объектов дизайна

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.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-2 (коллоквиум) и ПР-2 (контрольная работа). Критерии оценки указаны ниже.

Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде

УО-2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
ПР-2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий

Критерии оценки (устный ответ)

- ✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.
- ✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.
- ✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.
- ✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценки контрольной работы

✓ 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.

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии

✓ 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.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Дизайн в рекламе и связях с общественностью»**

Баллы (рейтинго- вой оцен- ки)	Оценка зачета	Требования к сформированным компетенциям
100-61	«зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он прочно усвоил программный материал, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний.
меньше 60	«не зачтено»	Оценка «незачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

Составитель _____ С.В. Мороз_
(подпись)

« _____ » _____ 2016_г.