

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Графический дизайн и реклама»**

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки «Графический дизайн»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения – очно-заочная

Год начала подготовки – 2023

Утверждена в составе ОПОП

Составитель: доцент кафедры ДКИЛП Хохеева З.З.,

Владикавказ 2023

## 1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения
Курс		3
Семестр		6
Лекции		14
Практические (семинарские) занятия		6
Лабораторные занятия		
Консультации		
Итого аудиторных занятий		
Самостоятельная работа		52
Курсовая работа		
Форма контроля		
экзамен		
Зачет		6
Общее количество часов		72

## 2. Цели освоения дисциплины:

Целью курса «Графический дизайн и реклама» в соответствии с Профессиональными стандартами:

**40.059** Промышленный дизайнер (эргономист);

Профессиональный стандарт «Промышленный дизайнер (эргономист)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 ноября 2014 г. № 894н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 декабря 2014 г., регистрационный № 35189), с изменением, внесенным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230)

**11.013** «Графический дизайнер», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 14 января 2017 г. № 40н (зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 27 января 40н г., регистрационный № 45442)

**Является** сформировать представление о специфике выразительных средств визуальной рекламы.

### Описание трудовых функций в соответствии с профессиональным стандартом

В соответствии с профессиональным стандартом «Промышленный дизайнер (эргономист)» (Приказ Минтруда России от 18.11.2014 № 894н, зарегистрирован в Минюсте России 16.12.2014 № 35189) выпускник должен овладеть следующими трудовыми функциями:

1. Определение и разработка эргономических требований к продукции:

- определение показателей технического уровня проектируемых изделий, проведение патентных исследований;
- разработка эргономических требований к продукции, влияющих на безопасность и комфорт использования продукции.

2. Проведение научно-исследовательских работ по эргономике продукции:

- разработка методики проведения социологических исследований, касающихся эргономических параметров продукции;

- анализ и обобщение результатов научных исследований, оценка полученной информации;

- разработка рекомендаций по повышению эргономичности продукции на основе результатов научных исследований.

3. Руководство подразделениями, занимающимися вопросами промышленного дизайна и эргономики продукции:

- руководство подразделениями, занимающимися реализацией эргономических требований к продукции.

В соответствии с профессиональным стандартом «Графический дизайнер», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 14 января 2017 г. № 40н (зарегистрированным Министерством юстиции Российской Федерации 27 января 40н г., регистрационный № 45442), выпускник должен овладеть следующими трудовыми функциями:

1. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации:

-Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

-В/02.6 Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

-В/01.6 Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

### 3. Место дисциплины в структуре

#### Б1.В.ДВ.03.02 Вариативная часть

Дисциплина «Графический дизайн и реклама» относится к вариативной части блока 1. Изучение дисциплины базируется на таких дисциплинах, как «Проектирование в дизайне», «Цветоведение и колористика». Знания, полученные при изучении, используются студентами в освоении таких дисциплин, как, «Основы производственного мастерства», «Дизайн визуальных коммуникаций» и др.

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС по направлению 54.03.01 Дизайн:

ПК-1,2:

Код и наименование профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен осуществлять проведение предпроектных дизайнерских исследований, выполнять на их основе художественно-техническую разработку дизайн-проектов, проектировать дизайнерские объекты в контексте исторического опыта и тенденций в современной	11.013 Графический дизайнер  Анализ отечественного и зарубежного опыта	ПК-112. Осуществляет предпроектный анализ как метод создания концепции дизайн-проекта в контексте исторического опыта и тенденций в современной художественной культуре ПК-1.2. проводит предпроектные дизайнерские исследования, применяет методические подходы в дизайнерском проектировании, выполняет критических анализ и формулирует концепцию проекта ПК-1.3. Выполняет публичную презентацию результатов исследования, авторской идеи и ее проектной реализации

художественной культуре		
ПК-2. Способен владеть рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями	11.013 Графический дизайнер В/02.6 Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2.1. Знает: виды графических техник, основы цветоведения, методы и приемы конструирования и макетирования, характеристики материалов, используемых в макетировании опытных образцов дизайна; различные графические компьютерные техники, методы работы с цветом, градиентами, трёхмерного моделирования и визуализации. ПК-2.2. Умеет: создать при помощи графических и технических приемов концептуальную аутентичную фотографию, фотоколлаж; пользоваться инструментами в редакторе Photoshop, моделировать форму методом светотени и колористики в процессе постановки кадра для определенных художественных и дизайнерских задач; пользоваться основами академического рисунка, приемами современного скетчинга, принципами цветовой гармонии, инструментами для конструирования и макетирования в дизайн-проектировании; создавать инструментами компьютерных редакторов различной сложности градиент, кисти, текстуры, коллажи, трёхмерные модели, сложные развёртки ПК-2.3. Имеет практический опыт: реализации творческих замыслов в дизайн-проектировании при помощи использования различных графических техник в макетировании объектов дизайна с учетом особенностей формообразования; создания изображений различными графическими компьютерными техниками, работы с заливкой цветом, трёхмерного моделирования.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать: способы продвижения продукта средствами графического дизайна, рекламные технологии, информационные технологии в дизайне объектов визуальной коммуникации

Уметь работать в информационных технологиях, используемых при проектировании объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласовывать дизайн-проект на всех этапах производства и использовать средства графического дизайна в рекламных технологиях

Иметь навыки продвижения продукта и рекламы средствами графического дизайна, проектирования объектов визуальной коммуникации

## 5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Номер недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Количество баллов		Литература
		Лек	Пр	Содержание	Часы		min	max	
	<b>4 семестр</b>								
1.	Реклама и теория коммуникации	2		Способы продвижения продукта средствами графического дизайна, рекламные технологии, информационные технологии в дизайне объектов визуальной коммуникации	10	Опрос, просмотр			[1-7]
2.	Шрифт в рекламе	2	2	Способы продвижения продукта средствами графического дизайна, рекламные технологии, информационные технологии в дизайне объектов визуальной коммуникации.	10	Опрос, просмотр			[1-7]
3.	Композиция в рекламе.	4	2	проектирование объектов визуальной коммуникации	10	Опрос, просмотр			[1-7]
4.	Содержание иллюстрации	4		проектирование объектов визуальной коммуникации	10	Опрос, просмотр			[1-7]
5.	Выполнение плаката на тему рекламы.	4	2	проектирование объектов визуальной коммуникации	12	Опрос, просмотр			[1-7]
	<b>Итого</b>	<b>14</b>	<b>6</b>		<b>52</b>		<b>0</b>	<b>100</b>	

### Примечания:

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.
- В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

## **6. Образовательные технологии**

### **Активные формы обучения.**

- *лекция-беседа* - непосредственный контакт преподавателя с аудиторией - диалог. По ходу лекции преподаватель задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности студентов по рассматриваемой проблеме;
- *лекция-дискуссия* - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Преподаватель активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло;
- *лекция с применением обратной связи* включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько студенты ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса преподаватель возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала;
- *проблемная лекция* опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения;

### **Интерактивные формы обучения.**

- *Обсуждение в группах.* Групповое обсуждение какого-либо вопроса направлено на нахождение истины или достижение лучшего взаимопонимания. Групповые обсуждения способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.
- *Дискуссия.* Как интерактивный метод обучения означает исследование или разбор. Учебной дискуссией называется целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы, сопровождающееся обменом идеями, суждениями, мнениями в группе.
- *Проблемное обучение.* В условиях проблемного обучения происходит активное овладение личностью теми приемами, способами, которые наиболее характерны для любой творческой деятельности. Инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе основаны на использовании современных достижений науки и информационных технологий и направлены на повышение качества подготовки путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного обучения, исследовательские методы, тренинговые формы, рейтинговые системы обучения и контроля знаний и др.).

*Презентации* на основе современных мультимедийных средств – самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно представить содержание изучаемого материала, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений, являющихся частью профессиональной деятельности преподавателя.

*Онлайн-семинар* – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС) СОГУ.

*Видеоконференция* интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени. Используются интерактивные методы обучения: ситуационные задачи, исследовательский

метод обучения, подготовка и публичная защита презентаций. Используются рейтинговая технология, технологии дистанционного обучения. Используются интерактивные методы обучения: ситуационные задачи.

*Технология электронного обучения* (реализуется при помощи электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС) СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении автоматизированного компьютерного тестирования и т. д.). Используются балльно-рейтинговая система оценки знаний, технологии с применением дистанционного обучения на платформе <http://lms.nosu.ru/>.

Примечания:

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основе локальных нормативных актов СОГУ.
- В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться:
  - через индивидуальные консультации преподавателя очно в часы консультаций;
  - по электронной почте;
  - платформы дистанционного обучения Moodle;
  - личный кабинет студента на портале СОГУ;
  - других элементов ЭИОС СОГУ.

Основной задачей современной швейной промышленности является улучшение качества продукции. Специалисты, непосредственно участвующие в создании и производстве одежды, должны профессионально разбираться в вопросах конфекционирования материалов в виду её актуальности для современного производства, когда часто происходит замена одних материалов другими. Задачей практических занятий является ознакомление студентов в условиях учебного процесса с конфекционированием материалов при сохранении качества изделий и их эстетических характеристик.

#### **Темы практических занятий**

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Всего часов 6
1.	Шрифт в рекламе	2
2.	Композиция в рекламе.	2
3	Выполнение плаката на тему рекламы.	2

#### **7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью и состоит из:

- работы студентов с лекционными материалами, поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;
- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;
- изучения теоретического и статистического материала для подготовки к семинарским занятиям;
- подготовки к экзамену.

Самостоятельная работа студентов проводится в виде письменных домашних заданий (в том числе, разноуровневых заданий), подготовки конспектов по темам практических занятий. Студенты письменно выполняют задания для самостоятельной работы, пользуясь теоретическим материалом (лекции, учебная литература и интернет-ресурсы по данной теме), после чего проводится обсуждение данной темы под руководством преподавателя.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение, а также учебная литература и методический материал по организации самостоятельной работы студентов отражены в Учебно-методической карте дисциплины в пунктах 5 и 6, а также на сайте дистанционного обучения СОГУ.

По каждой из тем для самостоятельного изучения, приведенных в рабочей программе, студентам следует сначала прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме.

При подготовке заданий по самостоятельной работе студентам необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу.

Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы, проводить поиск в различных системах, таких как общие поисковые системы: [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru), [www.google.ru](http://www.google.ru), и др.

## **8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.**

**8.1. Формы работы студентов.** Формы работы: консультации, практические занятия, рейтинговые компьютерные тестирования, самостоятельные работы, интерактивные занятия.

**8.2. Виды контроля:** текущий (на практических занятиях), промежуточный (модульное тестирование), итоговый (экзамен).

*Текущий контроль* – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию.

*Формами текущего контроля* выступают опросы на практических занятиях, а также короткие (до 10 мин.) опросы по пройденному материалу в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

*Рубежный контроль* осуществляется по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Цель проведения рубежного контроля - определение качества усвоения учебного материала модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

*Текущий и рубежный контроль* осуществляется по балльно-рейтинговой системе.

В конце семестра проводится контрольное мероприятие: зачет, экзамен.

### **8.3. Методика формирования результирующей оценки.**

Итоговая оценка складывается как средневзвешенная по результатам всех оцениваемых работ на протяжении семестра, куда входят посещение лекций и семинаров, ответы и дополнения на семинарах, контрольные работы (контрольные срезы по итогам модуля), дополнительные оценки по рефератам, семестровый экзамен.

Знания студентов оцениваются по 100-балльной системе:

За выполнение заданий текущего и промежуточного контроля студент может набрать максимально 50 баллов: по 25 баллов за каждый модуль (модуль включает в себя работу на практических занятиях и контрольную работу).

Форма проведения итогового зачета по дисциплине – устная. Результирующая оценка определяется в соответствии с Положением СОГУ о балльно-рейтинговой системе оценки знаний студентов.

#### **Балльная структура оценки**

Форма контроля	Мин. кол-во	Макс. кол-во
----------------	-------------	--------------



	баллов	баллов
Текущая оценка студента в течение 1-8 недели состоит из: - выполнение практических заданий по темам занятий и самостоятельной работы (конспектов) -подготовка к практическим занятиям и ответы на вопросы по пройденным темам -выполнение индивидуального задания	<b>0</b>	<b>20</b>
1-я рубежная контрольная работа (компьютерное тестирование)	<b>0</b>	<b>15</b>
Текущая оценка студента в течение 10-17 недели состоит из: - выполнение практических заданий по темам занятий и самостоятельной работы (конспектов) -подготовка к практическим занятиям и ответы на вопросы по пройденным темам -выполнение индивидуального задания		<b>20</b>
2-я рубежная контрольная работа (компьютерное тестирование)	<b>0</b>	<b>20</b>
зачёт /экзамен	<b>0</b>	<b>30</b>
<b>итого</b>	<b>0</b>	<b>100</b>

### Примерные задания оценочных средств по дисциплине

Тематика и задания для практических занятий по дисциплине представлены в разделе 5 Рабочей программы.

### Критерий оценки устного и письменного ответа на практическом занятии по дисциплине

Оценка	Характеристика ответа
5	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии.
4	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии.
3	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.
2	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.

### Зачет по дисциплине

Зачет по дисциплине проводится в устной форме по билетам. Билет содержит два вопроса.

### Оценочные средства текущего контроля ПК-1, ПК-2.

Тема 1.1. Шрифт в рекламе.

1. Роль и значение рекламы в современных условиях?
2. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций?

3. Функции рекламы. Закон РФ «О рекламе».
4. Коммуникационные характеристики рекламы?
5. Классификации рекламы?
6. Мотивы в рекламе?

Тема 1.2. Реклама и теория коммуникации.

7. Реклама и теория коммуникации?
8. Реклама как смысловая коммуникация?
9. Функции социальной коммуникации?
10. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи?
11. Кодирование с позиции семиотики?

Тема 2.1. Композиция в рекламе.

1. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы?
2. Посредник в коммуникации, тестимониум?
3. Рекламная пирамида?
4. Медиапланирование?
5. Физические, семантические и психологические помехи?
6. Товарный знак?
7. Требования к товарному знаку?
8. Закон РФ ?О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара?
9. Правовые требования к товарному знаку?
10. Рекламоспособность товарного знака?
11. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста?
12. Место иллюстрации в рекламе. Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста?
13. Размер иллюстрации в рекламе. Соотношение основных и второстепенных элементов?
14. Форма рекламного объявления. Особенности восприятия различных геометрических форм?
15. Особенности сочетаемости различных геометрических форм?

Тема 2.2. Выполнение плаката на тему социальной рекламы.

1. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей?
2. Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов?
3. Особенности восприятия цвета и формы. Сочетание цвета и текста. Вибрация цветов?
4. Принципы композиции в рекламе. Сбалансированность: формальный и неформальный баланс?
5. Направленность взгляда. Целостность.

Тема 2.4. Содержание иллюстрации.

1. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы?
2. Посредник в коммуникации, тестимониум. Рекламная пирамида?
3. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.
4. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг)?

5. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы?
6. Формы связанные с содержание рекламы по смыслу?
7. Виды иллюстраций. Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы?

#### **Оценочные средства промежуточной аттестации.**

Примерный перечень вопросов к зачету:

1. Роль и значение рекламы в современных условиях. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.
2. Функции рекламы. Закон РФ "О рекламе".
3. Коммуникационные характеристики рекламы. Классификации рекламы.
4. Реклама и теория коммуникации. Реклама как смысловая коммуникация. Функции социальной коммуникации.
5. Основные элементы схемы рекламной коммуникации: отправитель, кодирование, рекламное обращение, каналы коммуникации, получатель, декодирование, обратная связь, барьеры, помехи.
6. Кодирование с позиции семиотики. Символы, архетипы, стереотипы, методы НЛП в кодировании рекламы.
7. Посредник в коммуникации, тестимониум. Рекламная пирамида.
8. Медиапланирование. Физические, семантические и психологические помехи.
9. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип (фирменная шрифтовая надпись), фирменный блок, слоган (фирменный лозунг).
10. Фирменный стиль. Функции фирменного стиля. Элементы фирменного стиля: фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант (лицо фирмы), др. фирменные константы.
11. Товарный знак. Требования к товарному знаку. Закон РФ "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара".
12. Правовые требования к товарному знаку. Рекламоспособность товарного знака.
13. Задачи иллюстрирования в рекламе. Функции иллюстрации в рекламе: привлекать внимание, представляющая, организующая, интерпретирующая, трансформирующая, декоративная.
14. Тип рекламы в зависимости от соотношения иллюстрации и текста.
15. Место иллюстрации в рекламе. Диагональ чтения. Оптический центр. Расположение иллюстрации и текста.
16. Размер иллюстрации в рекламе. Соотношение основных и второстепенных элементов.
17. Форма рекламного объявления. Особенности восприятия различных геометрических форм.
18. Особенности сочетаемости различных геометрических форм.
19. Формы связанные с содержание рекламы по смыслу.
20. Виды иллюстраций. Фотография. Рисунок. Представление статистической информации: графики, диаграммы, гистограммы, таблицы.
21. Виды иллюстраций. Заголовок. Карты. Логотип. Символы. Коллаж.
22. Содержание рекламы. Мотивы, используемые в рекламе. Социальная реклама. Представление товара, типичных потребителей, выгод, знаменитостей, персонажей и т.д.
23. Визуальные эффекты. Этические и правовые нормы изображения в рекламе.
24. Эмоциональный фон. Мимика и жесты персонажей.

25. Цвет в рекламе. Функции цвета в рекламе. Особенности восприятия цвета и цветовых соотношений. Отражательная способность цвета. Холодные и теплые цвета, особенности их восприятия. Запоминаемость цветов.
26. Особенности восприятия цвета и формы. Сочетание цвета и текста. Вибрация цветов.
27. Принципы композиции в рекламе. Сбалансированность: формальный и неформальный баланс.
28. Направленность взгляда. Целостность.
29. Средства гармонизации: симметрия, асимметрия, пропорция, ритм, динамика и статика, контраст и нюанс.
30. Требования к шрифту: читаемость, ассоциативность, гармоничность, акцентированность.
31. Стили начертания шрифтов: латинские, рубленые, брусковые, наклонные, орнаментированные.
32. Межбуквенные промежутки. Длина строки. Ориентация строк в пространстве. Абзацы. Колонки. Выключка. Кегль и гарнитура.

Демонстрационное тестовое задание:

Эскиз — ...

- а) рисунок художника;
- б) художественное воплощение замыслов дизайнера рекламы;
- в) зарисовка будущего издателя;

Наиболее эффективным видом напоминающей рекламы считается: а) раздача листовок; напоминание о себе через СМИ;

б) скрытая реклама в виде статей о деятельности предприятия и его услугах, участие в специализированных отраслевых выставках;

в) периодическое напоминание о предприятии по телевидению;

г) раздача листовок, буклетов; участие в специализированных выставках.

Селективная реклама - ...

- а) предназначена для различных групп потребителей;
- б) не предназначена для потребителей;
- в) четко адресованная определенной группе потребителей;
- г) предназначена только для предприятий.

Телефонный маркетинг (call-центры) —...

- а) использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям;
- б) использование телефонной линии для рекламы товара;
- в) использование телефонов как средства рекламы;
- г) рассылка SMS – сообщений с целью информирования клиента.

Скрытая реклама — ...

- а) размещение торговой марки, товара или упоминания о нем в продуктах индустрии развлечений;
- б) размещение рекламы на продукции другой компании;
- в) размещение рекламы на рекламных щитах;
- г) упоминание о товаре или предприятии в газетах и журналах.

С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы: а) композиция взаимосвязанна, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись;  
б) пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись;  
в) пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок;  
г) конструкция уравновешенна, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать.

Допустимые гармоничные сочетания, определяются по цветовому кругу Гете...

- а) по прямому углу;
- б) по углам треугольника;
- в) по прямой;
- г) по косой.

Все типографские шрифты делятся по назначению на...

- а) текстовые, титульные и акцидентные;
- б) заглавные, титульные, текстовые;
- в) заглавные, титульные, акцидентные;
- г) титульные, текстовые.

Фирменный знак - ...

- а) отличительная особенность логотипа;
- б) полный комплект фирменных элементов;
- в) совокупность специально разработанного уникального графического изображения и логотипа; г) совокупность цветовой гаммы и логотипа.

Цель рекламы — ...

- а) убедить потребителя купить товар;
- б) заинтересовать потребителя;
- в) зарекомендовать себя на рынке продукции;
- г) заинтриговать потребителя.

Реклама потребностей – это...

- а) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и ее потребностях в чем-либо; б) информирование потребителей о товаре;
- в) реклама товара для определенной группы потребителей;
- г) выявление среди потребителей потребности в данном товаре

По способу воздействия на целевую аудиторию различают...

- а) информативную и потребительскую;
- б) визуальную и эмоциональную;
- в) рациональную и эмоциональную;
- г) телевизионную и радиорекламу.

Массовая реклама...

- а) направлена на привлечение потенциальных потребителей;
- б) направлена на определенную группу людей.

Телевизионный маркетинг - ...

- а) реклама на телевидении;
- б) исследование телепрограмм с целью выявления наиболее рейтинговых;

- в) использование специальных телевизионных каналов, предназначенных только для передачи коммерческой и рекламной информации;
- г) использование телевидения как средства рекламы.

Растровая графика -...

- а) представление изображения в виде простых фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде математических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

Чем сильнее естественный свет...

- а) тем ярче и звонче любой цвет;
- б) любой цвет приобретает голубоватый оттенок;
- в) все цвета выглядят естественнее;
- г) все цвета желтеют.

Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) по прямой;
- г) под острым углом.

Текстовые шрифты - предназначенные для...

- а) печатания основного текста книг, журналов и газет;
- б) печатания заголовков и названия статей в книгах, газетах, журналах;
- в) печатания заметок и объявлений в газетах и журналах;
- г) работы над документами.

Фирменный блок представляет собой...

- а) полное собрание элементов фирменного стиля;
- б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака;
- в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля;
- г) сочетание фирменного знака и слогана.

### Критерии оценки студента

<i>Характеристика ответа</i>	<i>баллы</i>
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40

Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков, и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	21-25
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

За устный ответ на зачете студент получает 0-30 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 50-100 баллов, автоматически получают соответствующую оценку.

Результирующая оценка складывается по соответствующей формуле с учетом текущей успеваемости и устного ответа на экзамене.

#### Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
Форма контроля	Сумма баллов	Название
экзамен	86– 100	«отлично»
	71 –85	«хорошо»
	50 – 70	«удовлетворительно»
	0- 49	«неудовлетворительно»
зачет	50-100	зачтено
	0-49	не зачтено

#### Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов)	«Минимальный уровень» (56-70 баллов)	«Средний уровень» (71-85 баллов)	«Высокий уровень» (86-100 баллов)
Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и	Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный	Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние.

	носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Умения успешно применяются к решению типовых, так нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: -существенные пробелы в знаниях учебного материала; -допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; -непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; -отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; -отсутствие готовности (способности) дискуссии и низкую степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: -знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; -недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: -знание понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; -наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы



		раскрытии отдельных положений вопросов, присутствует неуверенность в ответах.	
Оценка «неудовлетворительно» /не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература:

1. Пигулевский В.О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / Пигулевский В.О., Стефаненко А.С.. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102235.html> (дата обращения: 07.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Воронова, И. В. Основы современной шрифтовой культуры. Практикум : учебник и практикум для вузов / И. В. Воронова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 71 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14291-4. — Режим доступа : [urait.ru/book/osnovy-sovremennoy-shriftovoy-kultury-praktikum-496593](http://urait.ru/book/osnovy-sovremennoy-shriftovoy-kultury-praktikum-496593)
3. Давыдкина И.Б. Социальная реклама в системе социальных коммуникаций и социального управления [Электронный ресурс]: Монография. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 126 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=350960>
4. Мандель Б.Р. Социальная реклама [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - Москва: Вузовский учебник, 2019. - 302 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=375080>
5. Пендикова И. Г., Дмитриева Л.М. Графический дизайн: стилевая эволюция [Электронный ресурс]: Монография. - Москва: Издательство "Магистр", 2021. - 160 с. — Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/document?id=367585>

### б) дополнительная литература:

6. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Режим доступа : [urait.ru/book/dizayn-novyh-media-493319](http://urait.ru/book/dizayn-novyh-media-493319)
7. Романычева Э.Т., Яцюк О.Г. Дизайн и реклама. Справочное и практическое руководство. Серия для «дизайнеров». М.: ДМК, 2000.

Презентационный материал.

### в) электронные библиотечные системы, с которыми у СОГУ имеется действующий договор, современные профессиональные базы, информационные справочные системы:

- eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. — URL: <http://www.elibrary.ru>.
- База данных «ЭБС elibrary»: <http://elibrary.ru>
- Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. — URL: <http://biblio-online.ru>.
- Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. — URL: <http://www.biblioclub.ru>.

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Проведение лекционных и практических занятий по дисциплине осуществляется в каб. №28,23 (корпус физико-технического факультета СОГУ) и каб. № 32, 27, 23обеспеченного компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет, интерактивной доской и мультимедийным оборудованием. Занятия, проводимые в традиционной форме, консультации, индивидуальная работа со студентами, проходят в каб. №18,23.

**Состав лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование</b>	<b>№ договора (лицензия)</b>
1.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MP SA) от 04.2016 г.
2.	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MP SA) от 04.2016 г.
3.	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015 г. (бессрочно)
4.	Kaspersky Endpoint Security	До 22.01.2024
5.	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№ 6262 от 09.01.2023 (действителен до 31.12.2023г) с ОАО «Анти-Плагиат»
6.	Услуги связи (доступ к сети интернет)	ООО Алком № AL-0044 от 01.02.2022г - 31.12.2022г
7.	MOODLE	Бесплатное российское
8.	«Галактика РУЗ»	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г
9.	Личный кабинет студента/сотрудника	Лицензия бессрочная Тех.сопровождение от 14.03.2022 г
10.	Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ)	<a href="https://dvs.rsl.ru">https://dvs.rsl.ru</a> Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
11.	ЭБС"Университетская библиотека ONLINE"	<a href="https://biblioclub.ru">https://biblioclub.ru</a> Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
12.	ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru»	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a> . Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
13.	Универсальная баз данных East View	<a href="https://dlib.eastview.com">https://dlib.eastview.com</a>
14.	ЭБС «Консультант студента» Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом.	<a href="http://www.studentlibrary.ru">http://www.studentlibrary.ru</a> Требуется регистрация в библиотеке СОГУ
15.	ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный	<a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a> Требуется регистрация в библиотеке СОГУ

	<p> читальный зал учебников и  учебных пособий от авторов из  ведущих вузов России по всем  направлениям и специальностям </p>	
--	--	--

## 11. Лист обновления/актуализации