

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Золотухина Елена

Должность: Ректор

Дата подписания: 29.05.2026 17:11:03

Уникальный программный ключ:

ed74cad8f1c17aa426039e780a59103e0ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Московский региональный социально-экономический институт»

Программа одобрена

Ученым советом МРСЭИ

Протокол № 10 от 22 мая 2026 г.

Утверждаю

Ректор  Золотухина Е.Н

«22» мая 2026 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
Б1.В.05 Дизайн и рекламные технологии**

**Направление подготовки  
54.03.01 Дизайн**

**Профиль Графический дизайн**

Квалификация (степень) выпускника бакалавр  
Форма обучения – очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Дизайн и рекламные технологии» разработана на основании:

- на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 13 августа 2020 №1015;
- учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования Графический дизайн по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн.
- профессионального стандарта «Графический дизайнер», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 17 января 2017 №40н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана:

Ефимовских О.В. – старший преподаватель кафедры Дизайн

Рецензент: Ерохина Юлия Валерьевна – кандидат искусствоведения, заведующая кафедрой «Графического Дизайна» УВО «Московского художественно-промышленного института»

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на заседании кафедры дизайна. Протокол № 10 от «22» мая 2026 года

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| 1. Цели и задачи дисциплины (модуля) .....  | 4  |
| 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП .....   | 4  |
| 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы..... | 4  |
| 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения).....  | 5  |
| 5. Содержание дисциплины (модуля) .....   | 7  |
| 6. Самостоятельная работа студентов (СРС).....  | 9  |
| 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....  | 10 |
| 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) .....  | 11 |
| 9. Образовательные технологии .....   | 11 |
| 10. Оценочные средства (ОС) .....   | 12 |
| 11. Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями .....   | 21 |
| 12. Лист регистрации изменений.....   | 23 |

### 1. Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель освоения модуля «Дизайн и рекламные технологии» (далее – модуль)

– формирование системного подхода к дизайну и приобретение практических навыков при реализации рекламных технологий для успешного применения в профессиональной деятельности графического дизайнера.

Задачи модуля:

- изучение законодательных актов и нормативных документы в области рекламы;
- определение оптимального набора рекламных средств для конкретной рекламной акции;
- составление планов подготовки предприятия к участию в выставках, подготовка и проведения презентаций;
- формирование навыков необходимых для анализа различные видов рекламной продукции;
- умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
- умение выполнять эскизы с использованием различных графических средств;
- развитие абстрактного мышления обучающихся;
- реализация навыков рисунка, моделирования и цветоведения в осуществлении рекламных мероприятий;
- применение компьютерных технологий в создании рекламного продукта.

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Модуль относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплина (модули) учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования Графический дизайн по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» базируется на теоретических знаниях, практических умениях и навыках, полученных обучаемыми при изучении следующих дисциплин: «Академический рисунок», «Академическая живопись», «Цветоведение и коллористика», «Дизайн-проектирование», «Информационные технологии в графическом дизайне»

Для успешного освоения дисциплины необходимо уметь анализировать конструкцию и элементы букв в формообразовании шрифтовой графики; создавать шрифтовую композицию с учетом принципов формообразования и стилистики шрифтовой графики; применять графические и пластические средства построения шрифтовой композиции в сфере графического дизайна.

Знания, умения, навыки и компетенции, полученные обучающимися при изучении данной дисциплины, находят широкое применение в творческой и научно-исследовательской деятельности, при подготовке курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Дисциплина изучается в 6 семестре на 3 курсе форма промежуточной аттестации – зачет.

### 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

| Категория компетенций     | Код и формулировка компетенции              | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Код и наименование результата обучения   |
|---------------------------|---|--|--|
| Профессиональный стандарт | ПК -3. Способен обосновать свои предложения | ПК-3.И-1. Разрабатывает дизайн-макета                | ПК-3. И-1. 3-1. <i>Знает</i> основы рекламных технологий, технологические процессы |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | <p>при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи</p> | <p>объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p> | <p>производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения<br/> <b>ПК-3. И-1. З-2. Знает</b> материаловедение для полиграфии и упаковочного производства<br/> <b>ПК-3. И-1. З-3. Знает</b> компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации<br/> <b>ПК-3. И-1. У-1. Умеет</b> использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации<br/> <b>ПК-3. И-1. У-2. Умеет</b> учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов</p> |
|--|--|--|---|

В результате освоения модуля обучающийся должен:  
знать:

- приемы и технологии создания креативных образов в рекламных сообщениях.
- основы рисунка, проектирования и объемного моделирования
- основы теории и методологии дизайн-проектирования.
- основные положения и проектные технологии в сфере художественного проектирования и дизайнерского моделирования, средства и этапы работы над проектом, способы возможных композиционных и проектных решений для решения задач рекламы сформулированных в дизайн-проекте.
- основные цифровые программы по верстке и разработке проекта рекламного продукта.

уметь:

- анализировать задачи и цели, поставленные при создании рекламного образа.
- работать с цветом и цветовыми композициями, создавать эскизный ряд, объемные модели и макеты для визуализации рекламных задач.
- самостоятельно планировать свою творческую деятельность, собирать необходимую информацию, перерабатывать ее и представлять в образной графической форме.
- проектировать визуальные и аудиальные компоненты фирменного стиля, анализировать и принимать решение относительно способа реализации задачи рекламной деятельности в дизайн-проекте.
- использовать современные рекламные технологии для реализации и создания документации по дизайн-проекту.

владеть:

- пространственным мышлением, методологией анализа и синтеза в принятии проектных решений.

- приёмами реализации художественного замысла продукта рекламы.
- навыками выбора средств достижения художественной и проектной цели.
- основами дизайна и графики в рекламе;
- навыками, позволяющими комплексно рассматривать задачи рекламы и рекламных технологий в дизайн-проекте.
- основными правовыми экономическими и технологическими нормативами для реализации дизайн-проекта в рекламе.

#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы (разделяется по формам обучения)

Общая трудоемкость модуля составляет 3 зачетных единиц (108 часа). По модулю предусмотрен зачет

##### Очная форма обучения

| Вид учебной работы                            | Всего часов      | Семестры |     |  |  |
|---|------------------|----------|-----|--|--|
|   |                  | 6        |     |  |  |
| <b>Аудиторные занятия (контактная работа)</b> | 56               | 56       |     |  |  |
| В том числе:                                  |                  |          |     |  |  |
| Лекции (Л)                                    | 14               | 14       |     |  |  |
| Практические занятия (ПЗ)                     | 42               | 42       |     |  |  |
| Семинары (С)                                  | -                | -        |     |  |  |
| Лабораторные работы (ЛР)                      | -                | -        |     |  |  |
| <b>Самостоятельная работа (всего)*</b>        | 52               | 52       |     |  |  |
| Вид промежуточной аттестации <i>зачет</i>     |                  |          |     |  |  |
| Общая трудоемкость:                           | часы             | 108      | 108 |  |  |
|   | зачетные единицы | 3        | 3   |  |  |

\* для обучающихся по индивидуальному учебному плану количество часов контактной и самостоятельной работы устанавливается индивидуальным учебным планом<sup>1</sup>.

Модуль реализуется посредством проведения учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся). В соответствии с рабочей программой и тематическим планом изучение модуля проходит в форме контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся. При реализации дисциплин модуля предусмотрена аудиторная контактная работа и внеаудиторная контактная работа посредством электронной информационно-образовательной среды. Учебный процесс в аудитории осуществляется в форме лекций и практических занятий. В лекциях раскрываются основные темы, которые входят в рабочую программу. На практических занятиях более подробно изучается программный материал в плоскости отработки практических умений и навыков и усвоения тем. Внеаудиторная контактная работа включает в себя проведение текущего контроля успеваемости в электронной информационно-образовательной среде.

---

для обучающихся по индивидуальному учебному плану – учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (в том числе при ускоренном обучении, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, для лиц, зачисленных для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 №84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»).

## 5. Содержание дисциплины (модуля)

### Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

(в академических часах)

*Очная форма обучения*

| Раздел, тема                              | Виды учебной работы, академических часов |                        |  |                  |                   |                      |
|---|--|------------------------|--|------------------|-------------------|----------------------|
|   | Всего                                    | Самостоятельная работа | Контактная работа обучающихся с преподавателем |                  |                   |                      |
|   |  |                        | Всего  | Лекционного типа | Семинарского типа | Практические занятия |
| Раздел 1. Роль и значение брендинга       | 28                                       | 12                     | 16   | 4                | -                 | 12                   |
| Раздел 2. Рекламные технологии в дизайне  | 80                                       | 40                     | 40   | 10               | -                 | 30                   |
| <b>Контроль, промежуточная аттестация</b> |  |                        |  |                  |                   |                      |
| <b>Форма промежуточной аттестации</b>     | <b>Зачет</b>                             |                        |  |                  |                   |                      |
| <b>Общий объем, часов по модулю</b>       | <b>108</b>                               | <b>52</b>              | <b>56</b>                                      | <b>14</b>        | <b>-</b>          | <b>42</b>            |

### Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

| Наименование разделов (тем) дисциплины   | Содержание раздела (тем)   |
|--|--|
| Раздел 1. Роль и значение брендинга  |  |
| Тема 1.1. Сущность и специфика бренда как экономической категории                                      | Значение брендов для потребителей. Четыре уровня значения бренда для потребителей.   |
| Тема 1.2. Менеджмент и маркетинг брендов   | Значение брендинга для различных целевых групп. Дерево бренд-ориентированного бизнеса. Стратегии бренд-менеджмента   |
| Раздел 2. Рекламные технологии в дизайне   |  |
| Тема 2.1. Определение целей и задач курса. Понятийно-терминологический аппарат.                        | Дизайн как компоновочная деятельность. Особенности профессиональной деятельности дизайнера в рекламе. Понятийно-терминологический аппарат.   |
| Тема 2.2. Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы.                       | Критерии классификации видов рекламы. Классификация рекламы по целевому назначению, по специфике задач. История рекламы от истоков до современного состояния.  |
| Тема 2.3. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы. Психологическое воздействие рекламы | Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств. Алгоритм креативного процесса. Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. |
| Тема 2.4. Имидж и образ в рекламе. Создание бренда. Фирменный стиль.                                   | Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда. Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Основные составляющие фирменного стиля   |
| Тема 2.5. Универсальные законы восприятия  | Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Ассоциативность и образность в рекламе. Воздействие  |

|   |  |
|---|--|
| композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции. | рекламы на органы чувств. Применение законов композиция в рекламной деятельности.  |
| Тема 2.6. Цвет и цветовые гармонии в рекламе  | Выбор цветового решения в рекламе. Способы описания цвета и цветовые модели. Психология цвета в печатной рекламе. Семантика цвета. Оптимизация цветового решения рекламной продукции   |
| Тема 2.7. Конструктивная и композиционная структура рекламы                               | Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов. |
| Тема 2.8. Печатная реклама и ее элементы.   | Заголовки. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.  |
| Тема 9. Модульная система проектирования. Модульные сетки                                 | Модульная структура как древнейший и простейший метод создания упорядоченных систем. Модуль как основа построения классической антиквы. Простейшие модульные сетки в рукописной и первопечатной книге. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга. Основные принципы построения модульных сеток.  |
| Тема 2.10. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.                           | Цветное изображение на оригинале, мониторе компьютера и полиграфическом оттиске. Традиционные способы печати: высокая, плоская, глубокая и трафаретная печать. Особенности печатных оттисков. Выбор оптимального способа печати.   |
| Тема 2.11. Подготовка печатных изданий к тиражированию                                    | Оригинал-макеты и требования к ним. Шрифты, применяемые в полиграфии. Основы технологии цветоделения. Цветопроба как метод оценки преобразования изображения.  |
| Тема 2.12. Дизайн и печать упаковки и этикетки  | Особенности дизайна, технология изготовления, современные тенденции.   |
| Тема 2.13. Оформление выставок и презентаций  | Виды и формы выставок и презентаций, подготовка презентаций, характеристика выставочных мероприятий, оценка и эффективность проведенных выставок и презентаций   |
| Тема 2.14. Особенности дизайна наружной рекламы.  | Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы, конструкций, технология изготовления.   |
| Тема 2.15. Материалы, применяемые в наружной рекламе.                                     | Общие вопросы, основные свойства и характеристики материалов. Область применения материалов применяемых в наружной рекламе, расчет элементов   |
| Тема 2.16. Световая реклама.  | Назначение световой рекламы. Основные требования к световой рекламе. Правила размещения световой рекламы. Обзор источников света для вывесок.  |
| Тема 2.17. Реклама в Интернете.   | Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.   |

## 6. Самостоятельная работа студентов (СРС)

### 6.1 Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

| Тема/ Раздел                             | Индекс индикатора формируемой компетенции | Виды самостоятельной работы обучающихся  | Количество часов |
|--|---|--|------------------|
|  |   |  | ОФО              |
| Раздел 1. Роль и значение брендинга      | ПК-3. И-1. 3-1.                           | Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса<br>Подготовка доклада<br>Выполнение заданий | 12               |
| Раздел 2. Рекламные технологии в дизайне | ПК-3. И-1. 3-1.                           | Подготовка к лекционным и практическим занятиям по вопросам устного опроса<br>Подготовка доклада<br>Выполнение заданий | 40               |

### 6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения.

Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель может проводить инструктаж по выполнению задания. В инструктаж включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **а) основная литература**

Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 555 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20975-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559113>

Ковалева, А. В. Основы социальной рекламы : учебник для вузов / А. В. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 145 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12757-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566900>

### **б) дополнительная литература**

Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17118-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560112>

Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21187-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/559516>

Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565479>

Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560545>

### **в) программное обеспечение**

В процессе изучения дисциплины используются офисный пакет Microsoft Office (Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Microsoft Office PowerPoint) программа для просмотра и чтения файлов PDF Adobe Acrobat Reader, программа для воспроизведения флэш-анимации в браузерах Adobe Flash Player, браузеры Google Chrome, Opera, Антивирус Касперского и DrWeb, программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro, программа для создания электронного учебника SunRavBook Office SunRav TestOfficePro.

### **г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

- Образовательная платформа Юрайт - [urait.ru](http://urait.ru)
- ЭБС BOOK.ru – <https://www.book.ru>
- Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" – <http://window.edu.ru>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Институт располагает помещениями, которые представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Кабинет дизайна

(для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации)

26 учебных мест, рабочее место преподавателя, мультимедийный проектор, ноутбук, экран, учебная доска, наглядные учебные пособия по дисциплине, плакаты, дидактические средства обучения.

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд» Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

Читальный зал

(для проведения самостоятельной работы студентов)

30 учебных мест,

5 ноутбуков с выходом в интернет

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»

Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

## **9. Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании

традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Семинарские (практические занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание практических заданий входит в накопленную оценку.

В смешанном обучении с применением ДОТ студенты могут участвовать в синхронных занятиях семинарского типа в формате вебинаров и/или видеоконференций.

В смешанном обучении с применением ДОТ студенты могут осваивать лекционный материал в асинхронном режиме, готовить вопросы к синхронным семинарским (практическим) занятиям.

Для асинхронных занятий применяется следующая методика:

- повторение и закрепление предыдущей темы (раздела);
- изучение базовой и дополнительной рекомендуемой литературы, просмотр (прослушивание) медиаматериалов к новой теме (разделу);
- тезисное конспектирование ключевых положений, терминологии, алгоритмов;
- самостоятельная проверка освоения материала через интерактивный фонд оценочных средств (тесты);
- выполнение рекомендуемых заданий;
- фиксация возникающих вопросов и затруднений.

## 10. Оценочные средства (ОС)

### 10.1 Описание используемых образовательных технологий и оценки уровней результатов обучения

| Индикатор  | Образовательный результат   | Способ измерения                      |
|--|---|---------------------------------------|
| <b>ПК -3.</b> Способен обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи |   |                                       |
| <b>ПК-3.И-1.</b> Разрабатывает дизайн-макета объекта визуальной информации,  | <b>ПК-3. И-1. 3-1.</b> <i>Знает</i> основы рекламных технологий, технологические процессы | Устный опрос<br>Доклад с презентацией |

|                              |   |                                       |
|------------------------------|---|---------------------------------------|
| идентификации и коммуникации | производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения   |                                       |
|                              | <b>ПК-3. И-1. 3-2. Знает</b> материаловедение для полиграфии и упаковочного производства  | Устный опрос<br>Доклад с презентацией |
|                              | <b>ПК-3. И-1. 3-3. Знает</b> компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации  | Устный опрос<br>Доклад с презентацией |
|                              | <b>ПК-3. И-1. У-1. Умеет</b> использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации                                    | Выполнение практических заданий       |
|                              | <b>ПК-3. И-1. У-2. Умеет</b> учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов | Выполнение практических заданий       |

### 10.2 Критерии и шкалы интегрированной оценки уровня сформированности компетенций

| Критерии<br>Оценка                          | Шкала уровня сформированности компетенции   |  |  |   |
|---|---|--|--|---|
|   | неудовлетворительно   | удовлетворительно  | хорошо   | отлично   |
| Полнота знаний                              | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имеют место грубые ошибки                               | Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.                             | Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.                       | Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки   |
| Наличие умений                              | При выполнении творческих заданий не продемонстрированы основные умения. Имеют место грубые ошибки. | Продемонстрированы основные умения. Выполнены все творческие задания, но не в полном объёме. | Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все творческие задания в полном объёме, но некоторые с недочётами. | Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все творческие задания в полном объёме без недочётов. |
| Наличие навыков (владение опытом)           | При выполнении творческих заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имеют место грубые ошибки   | Имеется минимальный набор навыков для выполнения творческих заданий с некоторыми недочётами. | Продемонстрированы базовые навыки при выполнении творческих заданий с некоторыми недочётами.                         | Продемонстрированы все основные умения. Продемонстрирован творческий подход к выполнению заданий.       |
| Характеристика сформированности компетенции | Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся  | Сформированность компетенции соответствует минимальным                                       | Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям.  | Сформированность компетенции полностью соответствует  |

|                                      |   |  |  |   |
|--------------------------------------|---|--|--|---|
|                                      | знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучения. | требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству профессиональных задач. | Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных профессиональных задач. | требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных профессиональных задач. |
| Уровень сформированности компетенций | Низкий  | Минимально допустимый (пороговый)  | Средний  | Высокий   |

### 10.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации в форме зачета

| Код и содержание компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Результаты обучения   | Этапы формирования компетенций |
|--|---|---|--------------------------------|
| <b>ПК -3.</b> Способен обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи | <b>ПК-3.И-1.</b><br>Разрабатывает дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации | <b>ПК-3. И-1. З-1.</b> <i>Знает</i> основы рекламных технологий, технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения           | Этап формирования знаний       |
|  |   | <b>ПК-3. И-1. З-2.</b> <i>Знает</i> материаловедение для полиграфии и упаковочного производства   | Этап формирования знаний       |
|  |   | <b>ПК-3. И-1. З-3.</b> <i>Знает</i> компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации       | Этап формирования знаний       |
|  |   | <b>ПК-3. И-1. У-1.</b> <i>Умеет</i> использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | Этап формирования умений       |
|  |   | <b>ПК-3. И-1. У-2.</b> <i>Умеет</i> учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и    | Этап формирования умений       |

|  |  |                                       |  |
|--|--|---------------------------------------|--|
|  |  | технологии реализации дизайн-проектов |  |
|--|--|---------------------------------------|--|

### Зачет

а) Требования к оценочному средству:

Зачет – форма проверки у обучающихся сформированности общих и профессиональных компетенций или их совокупности, полученных в соответствии с учебными планами в период теоретического обучения и в ходе учебной практики. Результаты сдачи зачетов оцениваются отметкой «зачтено» или «не зачтено».

Зачет может проводиться как в формате, аналогичном проведению экзамена, так и в других формах, основанных на выполнении индивидуального или группового задания, позволяющего осуществить контроль знаний и полученных навыков.

Зачет проводится в форме просмотра творческих работ. Знания и навыки обучающихся оцениваются путем коллегиального решения преподавателей кафедры по результатам представленных работ итоговой оценкой «зачтено», либо «не зачтено».

Перечень творческих заданий к зачету:

1. Проект на выбор студента
2. Дизайн-проект афиш
3. Дизайн-проект буклета
4. Дизайн-проект сайта

б) Критерии оценивания:

- правильность выполнения задания;
- полнота объема выполнения задания;
- степень понимания содержания предмета;
- логика и аргументированность выполнения задания;
- творческий подход к выполнению заданий.

в) Описание шкалы оценивания:

Отметка «зачтено» ставится, если:

- обучающийся должен продемонстрировать глубокое и прочное знание материала по дисциплине, способен решать поставленные задачи, проявляет интерес, мотивацию к профессиональной деятельности, работы соответствуют требованиям академической школы рисунка, показывают профессионализм, самостоятельность творческого мышления студента. Задания представлены в полном объеме.

Отметка «не зачтено» ставится, если:

- задания не соответствуют содержанию учебной программы. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий. Задания представлены не в полном объеме.

Тематика курсовых работ

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена учебным планом.

## **10.4 Оценочные средства для оценки текущей успеваемости студентов**

Характеристика ОС для обеспечения текущего контроля по дисциплине

| Раздел /Тема                        | Индекс индикатора формируемой компетенции | ОС   | Содержание задания  |
|-------------------------------------|---|--|---|
| Раздел 1. Роль и значение брендинга | ПК-3. И-1. 3-1.                           | Устный опрос<br>Доклад<br>Практические задания | Вопросы устного опроса<br>Подготовка доклада<br>Выполнение практических заданий |

|  |                 |  |   |
|--|-----------------|--|---|
| Раздел 2. Рекламные технологии в дизайне | ПК-3. И-1. 3-1. | Устный опрос<br>Доклад<br>Практические задания | Вопросы устного опроса<br>Подготовка доклада<br>Выполнение практических заданий |
|--|-----------------|--|---|

#### Перечень вопросов к устному опросу

Устный опрос призван сформировать знания по дисциплине. Подготовка к устному опросу осуществляется в ходе самостоятельной работы и включает в себя изучение материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. Опрос предполагает устный ответ на основной и несколько дополнительных вопросов преподавателя или группы. Ответ должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение.

#### *Перечень вопросов к разделу 1:*

1. Сущность понятия «бренд». Уровни качества бренда.
2. Соотношение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».
3. Классификация брендов.
4. Преимущества брендов для их владельцев и потребителей.
5. Позиционирование бренда: стратегии позиционирования.
6. Построение «колеса бренда»: разработка элементов модели.
7. Основные принципы и методы нэйминга.
8. Визуальная идентификация бренда: элементы айдентики.
9. Бренд-бук: базовые и дополнительные стандарты.
10. Архитектура брендов: модель Branded House.
11. Архитектура брендов: модель House of Brands.
12. Структура корпоративного портфеля.
13. Стратегии развития бренда: растяжение бренда.
14. Стратегии развития бренда: расширение бренда.
15. Условия применения стратегий развития бренда.
16. Продвижение бренда посредством ATL-коммуникаций.
17. Продвижение бренда посредством BTL-мероприятий.
18. Особенности интернет-брендинга.
19. Понятие и сущность марочного капитала, факторы его оценки.
20. Аудит бренда. Бренд-трекинг.
21. Оценка стоимости брендов: основные методы и их характеристика.

#### *Перечень вопросов к разделу 2:*

1. Процесс разработки и производства рекламного продукта. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
2. Расскажите о практике воплощения проекта
3. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.
4. Форма и структура рекламного обращения.
5. Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.
6. Организация креативного процесса. Креативный бриф.
7. Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста.
8. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
9. Цвет в рекламе: функции, методика подбора. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.
10. Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки.
11. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.

12. Охарактеризуйте значение названия, слогана, в генерировании визуальных идей.
13. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.
14. Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.
15. Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки.
16. Основные правила работы на выставке.
17. Приемы разработки конверта, письма и вложений.
18. Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения.
19. Критерии классификации полиграфической продукции
20. Основные стадии производства полиграфической продукции.
21. Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе: плоская офсетная печать и трафаретная печать.
22. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать.
23. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка.
24. Технологии печати упаковки и этикетки и наружной рекламы.
25. Материалы для производства рекламного продукта.
26. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.
27. Основные способы обработки материала
28. Основные виды проектной графики
29. Последовательность подготовки и выполнения проекта
30. Оформление работы для просмотра и выставки

Критерии оценивания:

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

Описание шкалы оценивания:

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- дает четкий, полный и правильный ответ по вопросам, заданным на дом;
- дает исчерпывающие ответы на дополнительные вопросы преподавателя и аудитории в рамках обсуждения;
- демонстрирует высокий уровень владения материалом по теме ответа и обсуждения, превосходное умение формулировать свою позицию;
- может продемонстрировать связь теории и с практическими проблемами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся:

- дает четкий и полный ответ, но недостаточно полные ответы на дополнительные вопросы преподавателя и аудитории в рамках обсуждения;
- демонстрирует не столь высокий уровень владения материалом по теме ответа и обсуждения, формулирует свою позицию недостаточно четко, размыто, не может в полной мере отстаивать ее в споре;
- испытывает сложности при демонстрации практических примеров;
- понимает суть используемых терминов.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся:

- дает краткий ответ, не раскрывающий основные аспекты материала по теме;
- демонстрирует низкий уровень владения материалом по теме ответа и обсуждения, не готов отвечать на дополнительные вопросы, формулирует свою позицию размыто, поверхностно, не может отстоять ее в споре;
- не может подкрепить свой ответ практическими примерами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся:

- дает слабый ответ по теме, не раскрывающий суть вопроса и основные аспекты материала по теме;

- не может ответить на дополнительные вопросы по теме или принять участие в обсуждении;
- не видит связи теории с практическими проблемами;
- не владеет терминологией.

#### Темы докладов

Доклад с презентацией – подготовленное студентом самостоятельно публичное выступление по представлению учебно-практического вопроса или полученных результатов решения определенной учебно-исследовательской проблемы (в сопровождении электронной презентации).

При выполнении доклада студент должен продемонстрировать главные качества исследователя: умение провести исследование, умение преподнести (презентовать) результаты исследования слушателям при помощи презентации и умение квалифицированно ответить на вопросы.

1. Происхождение брендов и историю их развития
2. Три ключевые функции бренда
3. Выгоды от брендинга для потребителей, производителей и других заинтересованных сторон
4. Товарный знак, определение, функции. Использование товарного знака.
5. Функции фирменного стиля.
6. Нейминг. Имя и его смысловое поле. Ассоциации, заключённые в различных структурах имен.
7. Роль ТМ в идентификации и продвижении товара на рынке. Методика проектирования торговой марки.
8. Фирменный блок, фирменный цвет, фирменный шрифт, модульная сетка.
9. Понятие бренда. Роль брендов в развитии экономики. Концепция бренда.
10. Бренд-бук. Структура и правила составления
11. Целевая аудитория. Роль и эффективность предварительных исследований.
12. Понятия изобразительного знака, логотипа и бренда.
13. POS-материалы, как средства оформления мест продаж, их функции и виды.
14. Виды знаков: изобразительные, словесные, комбинированные, звуковые, трехмерные.
15. Коммуникационная и рекламная роль POS-материалов.
16. Связь вербального и визуального, ее роль в создании знаковых изображений.
17. Классификация упаковки: по назначению, по материалу, по составу, по конструкции, по технологии производства. Классические виды упаковки.
18. Этапы разработки и регистрации фирменного знака. Требования к фирменному знаку.
19. Функции упаковки. Первичная и вторичная упаковка.
20. Классификация знаков: икона, индекс, символ.
21. Этапы разработки фирменного стиля.
22. Основные элементы книги.
23. Модульная сетка, ее применение в многостраничном издании.
24. Типы верстки и их применение.
25. Понятие цвета шрифта в верстке книги.
26. Основные способы скрепления блока книги.
27. Основные виды изданий.
28. Фальцовка и форматы изданий, их взаимосвязь.
29. Понятие времени и пространства в книге.
30. Основные виды обложек.
31. Принципы соединения шрифта и изображения.

Требования к форме представления информации в докладе.

1. В докладе следует разъяснить термины и символы при первом упоминании в тексте.

2. Иллюстрации и таблицы используются в докладе только в тех случаях, если они помогают раскрыть содержание источника.

3. При подготовке доклада следует избегать длинных, запутанных предложений, общих фраз, повторений, лишних слов и словосочетаний, затрудняющих чтение и восприятие текста.

4. Необходимо избегать штампов и канцеляризмов вроде «заострить вопрос», «вследствие наличия», «в свете», «имеет место», «фактически», «практически» и т.п.

5. Необходимо строго соблюдать единообразие терминов, обозначений, условных сокращений и символов.

6. Надо избегать частого повторения слов, употребления одинаковых словосочетаний и оборотов, двойного упоминания понятий в одной фразе.

В заключении делаются общие выводы.

Презентация – это файл с необходимыми материалами доклада, который состоит из последовательности слайдов. Студенту необходимо уметь распределять материал в пределах страницы и грамотно размещать отдельные объекты. В этом ему поможет целый набор готовых объектов (пиктограмм, геометрических фигур, текстовых окон и т.д.).

Требования к презентации

Одной из основных программ для создания презентаций является программа MS PowerPoint. Первый слайд презентации должен содержать тему работы, фамилию, имя и отчество исполнителя, шифр учебной группы, а также фамилию, имя, отчество, должность и ученую степень преподавателя. На втором слайде целесообразно представить цель и краткое содержание презентации. Последующие слайды необходимо разбить на разделы согласно пунктам плана доклада. На заключительный слайд выносится самое основное, главное из содержания презентации.

Каждый слайд должен содержать заголовок. В заголовках должен быть отражен вывод из представленной на слайде информации. При добавлении рисунков, схем, диаграмм, снимков экрана (скриншотов) необходимо проверить текст этих элементов на наличие ошибок.

Критерии оценивания:

Основными требованиями к докладу, по которым происходит оценивания выполненной работы, являются:

- соответствие содержания доклада теме исследования, ее цели и поставленным задачам;
- актуальность и практическая значимость темы, взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;
- анализ степени научной разработанности избранной темы исследования;
- логическая последовательность изложения материала, четкая целевая ориентация работы, ее завершенность;
- актуальность, доказательность и достоверность представленного в работе эмпирического материала, аргументированность и обоснованность выводов и предложений по исследуемой проблеме, соответствующих поставленным задачам исследования;
- самостоятельное и творческое выполнение работы, наличие у автора собственных суждений по проблемным вопросам темы;
- лаконичное и грамотное изложение материала;
- владение автором материалом при защите доклада с использованием презентации.

Описание шкалы оценивания:

Оценка «отлично» ставится, если:

- содержание доклада с презентацией соответствует теме исследования, ее целям и поставленным задачам;
- тема актуальная и практически значима, выражена взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;
- проведен на высоком уровне анализ степени разработанности выбранной темы исследования;
- присутствует логическая последовательность изложения материала, четкая целевая ориентация работы, ее завершенность;
- актуальность, доказательность и достоверность представленного в работе эмпирического материала, аргументированность и обоснованность выводов и предложений по исследуемой проблеме, соответствующих поставленным задачам исследования;

- продемонстрировано самостоятельное и творческое выполнение работы, наличие у автора собственных суждений по проблемным вопросам темы;
- лаконичное и грамотное изложение материала;
- студент продемонстрировал высокий уровень владения материалом, ответил на все вопросы.

Оценка «хорошо» ставится, если:

- содержание доклада с презентацией соответствует теме исследования;
- слабо выражена взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;

- проведен анализ учебной литературы без ссылки на научную литературу;
- нарушена логическая последовательность изложения материала;
- недостаточная эмпирическая база исследования: не проанализирована правоприменительная практика, статистические данные и т.п.

- недостаточная аргументация сделанных выводов;
- студент продемонстрировал не столь высокий уровень владения материалом, ответил не на все вопросы.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если:

- содержание доклада с презентацией не раскрывает тему исследования;
- не выражена взаимосвязь предмета исследования с проблемными вопросами науки и практики;

- не проведен анализ степени разработанности темы исследования;

- материал изложен непоследовательно и нелогично;

- отсутствует достаточная эмпирическая база;

- нет собственных выводов, не продемонстрирована самостоятельность суждений;

- студент продемонстрировал низкий уровень владения материалом.

Оценка «неудовлетворительно» ставится:

- работа не представлена либо не соответствует всем заявленным критериям, выполнена с нарушением требований, студент не владеет материалом.

#### Примерные тестовые задания

Тест не предусмотрен учебным планом

#### Практические задания

а) Требование к оценочному средству:

Практическое задание основано на практически значимых ситуациях и направлено на формирование у студентов профессиональных умений и навыков, умения действовать в условиях будущей профессиональной деятельности.

Проведение практических занятий – (формы и методы – изучение работ и эстетики современного дизайна, анализ работ известных дизайнеров относительно приемов исполнения, композиционных приемов и используемых материалов, постановка проблемных познавательных задач, анализ конкретных ситуаций и методы их решения).

При выполнении заданий у студента формируются основные знания, умения анализировать объекты современного дизайна, умение обоснования художественного замысла, владение методами использования конкретных материалов с учетом их особенностей и свойств.

Прежде чем приступить к выполнению задания, следует внимательно ознакомиться с содержанием. Необходимо уяснить смысл творческого задания и условия, исходя из которых, нужно выполнить индивидуальное задание.

#### Примерный перечень заданий:

1. Предпроектные исследования деятельности заказчика. Вид деятельности.
2. Подготовка брифа и технического задания на выполнение дизайн-проекта
3. Выполнение эскизного дизайн-проекта в соответствии с утвержденным брифом
4. Подготовка выставочной экспозиции к зачетному просмотру.

б) Критерии оценивания:

- правильность выполнения задания;
- полнота объема выполнения задания;
- степень понимания содержания предмета;
- логика и аргументированность выполнения задания;
- творческий подход к выполнению заданий.

в) Описание шкалы оценивания:

Оценка «5» (отлично) ставится, если учащийся демонстрирует: - целостность, гармоничность и законченность работ; - задание выполнено полностью без ошибок, - самостоятельно выполняет все задачи на высоком уровне, - работа отличается оригинальностью идеи, грамотным исполнением, творческим подходом, - уровень художественной грамотности соответствует этапу обучения, и учебная задача полностью выполнена.

Оценка «4» (хорошо) ставится, если учащийся демонстрирует: - полное выполнение работы, но с небольшими недочетами, - уровень живописной грамотности соответствует этапу обучения, - справляется с палитрой цветов, но допускает незначительные ошибки в тональном решении, - справляется с поставленными задачами, но прибегает к помощи преподавателя.

Оценка «3» (удовлетворительно) ставится, если учащийся демонстрирует: - при выполнении задания есть несоответствия требованиям, - допускает грубые ошибки в композиционном и цветовом решении, - выполняет задачи, но делает грубые ошибки, - для завершения работы необходима постоянная помощь преподавателя.

Оценка «2» (неудовлетворительно) ставится, если учащийся демонстрирует: - полное несоответствие требованиям, - небрежность, неаккуратность в работе

## **11. Организация образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями**

Обучение по дисциплине обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Содержание образования и условия организации обучения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Медиа материалы также следует использовать и адаптировать с учетом индивидуальных особенностей обучения лиц с ОВЗ.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);

- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);

- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

## 12. Лист регистрации изменений

| № п/п | Содержание изменения   | Реквизиты документа об утверждении изменения                   | Дата введения в действие / изменения |
|-------|--|--|--------------------------------------|
| 1.    | Утверждена и введена в действие решением кафедры дизайна на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 1015 от 13.08.2020      | Протокол заседания кафедры дизайна № 10 от «30» июня 2021 года | «30» июня 2021 года                  |
| 2.    | Актуализирована и введена в действие решением кафедры дизайна на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 1015 от 13.08.2020 | Протокол заседания кафедры дизайна № 10 от «30» июня 2022 года | «30» июня 2022 года                  |
| 3.    | Актуализирована и введена в действие решением кафедры дизайна на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 1015 от 13.08.2020 | Протокол заседания кафедры дизайна № 11 от «30» июня 2023 года | «30» июня 2023 года                  |
| 4.    | Актуализирована и введена в действие решением кафедры дизайна на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 1015 от 13.08.2020 | Протокол заседания кафедры дизайна № 10 от «18» мая 2024 года  | «22» мая 2024 года                   |
| 5.    | Актуализирована и введена в действие решением кафедры дизайна на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 1015 от 13.08.2020 | Протокол заседания кафедры дизайна № 10 от «22» мая 2025 года  | «22» мая 2025 года                   |
| 6.    | Актуализирована и введена в действие решением кафедры дизайна на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 1015 от 13.08.2020 | Протокол заседания кафедры дизайна № 10 от «22» мая 2026 года  | «22» мая 2026 года                   |