

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о подписи:
ФИО: Выбоина Давыд Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.09.2026 10:39:21
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

Высшая школа дизайна и искусства

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Дизайн в современной рекламе»

Направление подготовки:
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль):
«Реклама и связи с общественностью»

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Рабочая программа дисциплины «Дизайн в современной рекламе» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — бакалавриат — по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512.



Составитель: к.иск. Фомина Э.В.

РПД обсуждена на заседании Высшей школы дизайна и искусства
«27» мая 2024 г., протокол № 10

И.о. директора Высшей школы дизайна и искусства Берёзова М.А.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины:

- изучение основ рекламной деятельности,
- приобретение основных практических навыков дизайн-проектирования в рекламе.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-4 Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями	ИПК-4.1. Участвует в подготовке различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций ИПК-4.4. Адаптируется к различным профессиональным ситуациям, проявляет творческий подход, инициативу	Знает: основы рекламных технологий. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации Умеет: анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. Выбирать оптимальные способы решения проектной задачи. Обосновывать свои предложения на основе научного анализа. Владеет: методами проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации. Информацией, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Определяет композиционными приемами и стилистическими особенностями проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. Подготавливает графические материалы для передачи в производство.	06.013 Специалист по информационным ресурсам

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1. Дисциплины (модули) программы бакалавриата (Профессиональный модуль).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Объем и структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **4 з.е. (144 час.)**, их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице.

Виды учебных занятий и работы обучающихся	Трудоемкость, час
Общая трудоемкость дисциплины, час	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего), в т.ч.:	40/12
занятия лекционного типа (лекции)	12/6
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	28/6
лабораторные работы	-
Самостоятельная работа всего, в т.ч.:	77/123
Самоподготовка по темам (разделам) дисциплины	77/123
Выполнение курсового проекта /курсовой работы	-
Контроль (часы на экзамен, зачет)	27/9
Промежуточная аттестация	Экзамен

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной/заочной форм обучения

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

В процессе освоения дисциплины может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В процессе освоения дисциплины обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде и электронно-библиотечным системам.

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименовани е оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельн ая работа, час	
		Лекции, час	Практическ ие занятия, час		
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 1. Понятие и виды рекламы.	2/1			Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам – презентация. Конспект лекций
	Практическое занятие № 1. Понятие и виды рекламы.		4/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.			12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 2. История рекламы.	2/1			Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам – доклад. Конспект лекций
	Практическое занятие № 2. История рекламы.		4/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.			12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 3. Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг.	2/1			Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам – доклад. Конспект лекций
	Практическое занятие № 3. Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг.		4/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.			12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 4. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы. Визуальные элементы рекламы	2/1			Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам – доклад. Конспект лекций
	Практическое занятие № 4. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы. Визуальные элементы рекламы		4/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.			12/20	
ПК-4, ИПК-4.1,	Тема 5. Средства распространения рекламы. Эффективность рекламы.	2/1			Устный опрос по теме

Планируемые результаты освоения: код формируемой компетенции и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы			Формы текущего контроля (наименовани е оценочного средства)
		Контактная работа		Самостоятельн ая работа, час	
		Лекции, час	Практическ ие занятия, час		
ИПК-4.4.					лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам – доклад. Конспект лекций
	Практическое занятие № 5. Средства распространения рекламы. Эффективность рекламы.		4/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.			12/20	
ПК-4, ИПК-4.1, ИПК-4.4.	Тема 6. Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов.	2/1			Устный опрос по теме лекции. Выполнение практических заданий. Отчет по практическим работам – творческое задание. Конспект лекций
	Практическое занятие № 6. Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов.		8/1		
	Самостоятельная работа обучающихся: Самостоятельное изучение учебных материалов. Доработка конспекта лекций. Подготовка к практическим работам, к устному опросу.			17/23	
	ИТОГО	12/6	28/6	77/123	

Примечание: -/- объем часов соответственно для очной/заочной форм обучения

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Общие методические рекомендации по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых университетом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением *балльно-рейтинговой технологии оценивания*.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

4.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины. Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации или в ЭИОС университета.

В ходе лекционных занятий рекомендуется конспектирование учебного материала. Отдельные темы предлагаются для самостоятельного изучения (конспектируются).

Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

4.3. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на лабораторных работах (не предусмотрены учебным планом)

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на практических занятиях

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала и *выполнение практических работ художественно-творческого характера*, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;

получение умений и навыков проведения проектных работ, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;

подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Практические занятия организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает: решение прикладной задачи при изучении тем 1-6.

4.5. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Выполнение практических заданий
3. Подготовку к промежуточной аттестации по курсу

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный учебный курс, созданный в ЭИОС университета <http://sdo.tolgas.ru/>

4.6. Методические указания для выполнения курсового проекта / работы (не предусмотрены учебным планом)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Вся литература, включенная в данный перечень, представлена в виде электронных ресурсов в электронной библиотеке университета (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие по направлению подгот. 09.03.04 "Прогр. инженерия" / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А. В. Шнякин ; под ред. Л. Г. Гагариной. - Документ read. - Москва : ФОРУМ [и др.], 2024. - 400 с. : ил. - (Высшее образование). - URL: <https://znanium.ru/read?id=435973> (дата обращения: 03.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-8199-0703-0. - 978-5-16-013255-6. - 978-5-16-101286-4. - Текст : электронный.

2. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой ; Омский. гос. техн. ун-т (ОмГТУ). - Документ read. - Москва : Магистр [и др.], 2024. - 176 с. : ил. - Прил. - Слов. - URL: <https://znanium.ru/read?id=446341> (дата обращения: 03.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9776-0288-4. - 978-5-16-104907-5. - Текст : электронный.

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие для вузов по направлению подгот. "Реклама и связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - 3-е изд., стер. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2022. - 322 с. - Слов. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431490> (дата обращения: 03.02.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-04536-3. - Текст : электронный.

4. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учеб. пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - 2-е изд. - Документ read. - Москва [и др.] : Инфра-Инженерия, 2024. - 452 с. - Прил. - URL: <https://znanium.ru/read?id=452950> (дата обращения: 26.12.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9729-1821-8. - Текст : электронный.

Дополнительная литература

5. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий : учеб. пособие для вузов по специальностям "Графика", "Журналистика", "Информ. технологии в дизайне", "Реклама" / С. Б. Головкин. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 423 с. : ил. - (Медиаобразование). - Прил. - ISBN 978-5-238-01477-7 : 191-95. - Текст : непосредственный.

6. Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. - Документ read. - Москва : Дашков и К, 2023. - 390 с. - Слов. терминов. - Тест. задания. - URL: <https://znanium.ru/read?id=429138> (дата обращения: 03.02.2025). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05301-6. - Текст : электронный.

7. Кнабе, Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции / Г. А. Кнабе. - Москва : Диалектика, 2006. - 726 с. : ил. - (Профессиональная работа). - Предм. указ. - ISBN 5-8459-0906-6 : 493-00. - Текст : непосредственный.

8. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель / В. Д. Курушин. - Изд. 2-е, стер. - Москва : ДМК Пресс, 2012. - 270 с. : ил. - (Самоучитель). - Предм. указ. - ISBN 978-5-94074-722-2 : 314-60. - Текст : непосредственный.

9. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие для вузов по специальностям "Дизайн", "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 239 с. : ил. - (Азбука рекламы). - Слов. понятий и терминов. - Прил. - ISBN 978-5-238-01525-5 : 180-40;194-40. - Текст : непосредственный.

10. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учеб. для вузов по специальности "Реклама" / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. - 19-е изд., стер. - Документ Bookread2. - Москва : Дашков и К, 2023. - 538 с. - URL: <https://znanium.ru/read?id=431703> (дата обращения: 27.12.2023). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-394-05172-2. - Текст : электронный.

11. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2010. - 223 с. : табл., ил. - ISBN 978-5-394-00391-2 : 203-50. - Текст : непосредственный.

12. Рожкова, Н. Г. Графический дизайн и реклама на компьютере : крат. рук. / Н. Г. Рожкова, П. П. Данилов, В. Н. Шитов. - Москва : Вильямс, 2006. - 312 с. : ил. - Предм. указ. - ISBN 5-8459-0995-3 : 102-00. - Текст : непосредственный.

5.2. Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы, интернет-ресурсы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 03.12.2024). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный.

2. Compuart.ru : [Интернет-журнал] / ООО КомпьютерПресс. – Москва, 2001 - . - URL: <https://compuart.ru/> (дата обращения: 03.12.2024). - Текст : электронный.

3. Photographer.Ru. : [сайт]. - Москва, 1999 - . - URL: <https://www.photographer.ru/> (дата обращения: 03.12.2024). - Текст : электронный.

4. Salon.ru : [Интернет-журнал] : / ООО SALON. - Москва, 1994 - . - URL: <https://salon.ru> (дата обращения: 03.12.2024). - Текст : электронный.

5. Skillbox.ru : [сайт]. - Москва. - URL: <https://skillbox.ru/media/> (дата обращения: 03.12.2024). - Текст : электронный.

6. Журналус : Онлайн-журнал для дизайнеров. - Москва, 1995 - . - URL: <https://zhurnalus.artlebedev.ru/> (дата обращения: 03.12.2024). - Текст : электронный.

7. Оди. О дизайне : [Интернет-журнал]. – Москва, 2012 - . - URL: <https://awdee.ru/> (дата обращения: 03.12.2024). - Текст : электронный.

8. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса : сайт / ФГБОУ ВО «ПВГУС». – Тольятти, 2010. - URL. : <http://elib.tolgas.ru> (дата обращения: 03.12.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

9. Электронно-библиотечная система Znanium.com : сайт / ООО "ЗНАНИУМ". – Москва, 2011. - URL: <https://znanium.com/> (дата обращения: 03.12.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

10. Электронно-библиотечная система Лань : сайт / ООО "ЭБС ЛАНЬ". - Москва, 2011. - URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 03.12.2024). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

5.3. Программное обеспечение

Информационное обеспечение учебного процесса по дисциплине осуществляется с использованием следующего программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого), в том числе отечественного производства:

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1	Microsoft Windows	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
2	Microsoft Office	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
3	КонсультантПлюс	из внутренней сети университета (лицензионный договор)
4	СДО MOODLE	из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет (лицензионный договор)

6. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Занятия лекционного типа. Учебные аудитории для занятий лекционного типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия (презентации по темам лекций), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Занятия семинарского типа. Учебные аудитории для занятий семинарского типа укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарные или переносные наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Лабораторные работы (не предусмотрены учебным планом).

Промежуточная аттестация. Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета и/или учебные аудитории, укомплектованные мебелью и техническими средствами обучения.

Самостоятельная работа. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде университета. Для организации самостоятельной работы обучающихся используются:

- компьютерные классы университета;
- библиотека (медиазал), имеющая места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.

Электронная информационно-образовательная среда университета (ЭИОС). Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) <http://sdo.tolgas.ru/> из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации образовательной программы с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения. Для этого требуется заявление студента (его законного представителя) и заключение психолого-медико-педагогической комиссии (ПМПК).

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида, могут предлагаться следующие варианты восприятия учебной информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости. Максимальное количество баллов в семестре – 100.

Шкала оценки результатов освоения дисциплины, сформированности результатов обучения

Форма проведения промежуточной аттестации	Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
	Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
Экзамен по результатам накопительного рейтинга	допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
	пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
			70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
	повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации в соответствии с набранными за семестр баллами (по накопительному рейтингу). Студентам, набравшим в ходе текущего контроля успеваемости по дисциплине от 61 до 100 баллов и выполнившим все обязательные виды запланированных учебных занятий, по решению преподавателя без прохождения промежуточной аттестации выставляется оценка в соответствии со шкалой оценки результатов освоения дисциплины.

Результат обучения считается сформированным (повышенный уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует повышенному уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается сформированным (пороговый уровень), если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует пороговому уровню сформированности результатов обучения.

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует допороговому уровню.

Формы текущего контроля успеваемости

Формы текущего контроля	Количество контрольных точек	Количество баллов за 1 контр. точку	Макс. возм. кол-во баллов
Опрос по темам лекционных занятий	3	3	9
Работа на практических занятиях. Отчет по практическим работам	3	20	60
Конспект лекций	1	15	15
Творческий рейтинг (дополнительные баллы)	1	16	16
Итого по дисциплине			100 баллов

Система оценивания представлена в электронном учебном курсе по дисциплине <http://sdo.tolgas.ru/>.

8.2. Типовые контрольные задания или иные материалы для ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

Типовые вопросы для устного опроса:

1. Понятие рекламы
2. Социальная реклама
3. Коммерческая реклама
4. Политическая реклама
5. Зарождение рекламы и ее развитие в Античной эпохе
6. Реклама в средневековой культуре и новый этап развития рекламы в 16-19 в.
7. История рекламы и дизайна в России
8. Понятие фирменный стиль, его элементы
9. Понятия бренд и брендинг
10. Вербальные элементы рекламы
11. Визуальные элементы рекламы
12. Реклама и телевидение
13. Наружная реклама
14. Реклама и интернет
15. Критерии выбора средства распространения рекламы
16. Графические элементы в рекламных компаниях успешных брендов
17. Подходы для оценки эффективности рекламы

Типовые задания к практическим (семинарским) занятиям

Практическое занятие № 1. Понятие и виды рекламы.

На занятие студенты демонстрируют самостоятельно подготовленные презентации по теме 1, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество визуального материала, его подача и структурное его изложение.

Практическое занятие № 2. История рекламы.

На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 2, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

Практическое занятие № 3. Дизайн и рекламные технологии: фирменный стиль, бренд, брендинг.

3.1. На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 3, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

3.2. Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка элементов фирменного стиля». На занятиях студенты выполняют творческие практические работы: ручную и компьютерную графику по поиску главного элемента фирменного стиля – логотипа, цветовую палитру фирменного стиля, макеты элементов фирменного стиля: сувенирной продукции, визитки, имиджевой продукции.

Практическое занятие № 4. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы. Визуальные элементы рекламы.

На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 4, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

Практическое занятие № 5. Средства распространения рекламы. Эффективность рекламы.

5.1. На занятии студенты демонстрируют доклады по теме 5, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество подготовленного материала, его подача и структурное его изложение.

5.2. На занятии студенты демонстрируют самостоятельно подготовленные презентации по исследованию эффективности рекламы различными методами, далее идет обсуждение, устный опрос. Оценивается объем и качество визуального материала, объем проведенного исследования, количество задействованных фокус-групп, его аргументированность.

Практическое занятие № 6. Дизайн и рекламные технологии: графические составляющие рекламных кампаний успешных брендов.

Выполнение творческих практических заданий по теме «Разработка графических элементов рекламной кампании организации»: разрабатывают ручную и компьютерную графику по поиску визуальных образов элементов рекламной кампании в соответствии с ее философией и фирменным стилем, разрабатывают типографические и иллюстративные образы, разработать макеты рекламного буклета и рекламного плаката организации.

Типовые задания к самостоятельной работе студентов указаны в п. 3.2

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу (п. 5.1. РПД).
2. Доработка практических заданий
4. Подготовку к промежуточной аттестации по курсу

8.3. Типовые контрольные задания или иные материалы для проведения ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен проходит в форме просмотра и оценки практических работ/заданий, выполненных за семестр (п. 3.2.) и по результатам накопительного рейтинга.

Вопросы для подготовки к экзамену

№	Содержание вопроса
	ПК-4. Способен участвовать в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта в соответствии с современными технологическими требованиями
1.	Что такое «реклама»?
2.	Какие задачи выполняет реклама?
3.	Какие функции выполняет реклама?
4.	В чем заключается экономическая функция рекламы?
5.	В чем заключается социальная функция рекламы?
6.	В чем заключается маркетинговая функция рекламы?
7.	В чем заключается коммуникационная функция рекламы?
8.	Каких участников процесса передачи рекламного сообщения Вы знаете?
9.	На какие виды по методам воздействия подразделяется реклама?
10.	Что такое «рациональная реклама»?
11.	Что такое «эмоциональная реклама»?
12.	Что такое «медийная реклама»?
13.	Какие виды медийной рекламы Вы знаете?
14.	Какие виды немедийной рекламы Вы знаете?
15.	На какие основные группы можно поделить рекламу в соответствии с областью ее распространения?
16.	Что такое «коммерческая реклама»?
17.	Какие виды коммерческой рекламы Вы знаете?
18.	Какие виды коммерческой товарной рекламы Вы знаете?
19.	Какие виды коммерческой нетоварной рекламы Вы знаете?
20.	Что такое «некоммерческая реклама»?
21.	Какие виды некоммерческой рекламы Вы знаете?
22.	Что такое «политическая реклама»?
23.	Что такое «социальная реклама»?
24.	Что такое «конфессиональная реклама»?
25.	Что такое «государственная реклама»?
26.	Какие виды рекламы в зависимости от цели Вы знаете?
27.	Что изучает психология рекламы?
28.	Какие элементы, задействованные в процессе достижения рекламной цели, Вы знаете?
29.	Что такое «целевая аудитория»?
30.	Что включает в себя понятие «рекламодатель»?
31.	Что такое «концепция рекламного послания»?
32.	Что такое «рекламный продукт»?
33.	Что включает в себя понятие «рекламоноситель»?
34.	Что такое «рекламные агентства»?
35.	Что включает в себя структура рекламного сообщения?
36.	Что такое «слоган»?
37.	Что такое «заголовок» в рекламном сообщении?
38.	Какова функция заголовка в рекламном сообщении?

№	Содержание вопроса
39.	Какие типы заголовков в рекламе Вы знаете?
40.	Из чего состоит основной текст рекламного сообщения?
41.	Что такое «эхо-фраза» в рекламном сообщении?
42.	Какие основные задачи решаются с помощью цвета в рекламе?
43.	Какие функции в рекламе выполняет цвет?
44.	Что такое «товар»?
45.	Что такое «реальные свойства товара»?
46.	Что такое «фирменный стиль»?
47.	Что такое «бренд»?
48.	Что такое «брендинг»?
49.	Что такое «рекламный образ»?
50.	Что включает в себя вербальный компонент рекламного сообщения?
51.	Что включает в себя визуальный компонент рекламного сообщения?
52.	Что такое «эффективность рекламы»?
53.	Что такое «маркетинг»?
54.	Что такое «рекламная кампания»?
55.	Является ли реклама элементом маркетинга?
56.	Какими характеристиками рекламный образ значительно отличается от рекламного текста?
57.	Какими основными характеристиками должен обладать рекламный образ?
58.	Какие основные задачи решаются с помощью рекламного образа?
59.	Что такое «методы рекламного воздействия»?
60.	С чем связано появление рекламы?
61.	Когда появилась реклама?
62.	С чем связано широкое распространение рекламы в XX веке?
63.	Какие отличительные черты имеет реклама «ambient media»?
64.	Какие элементы фирменного стиля Вы знаете?
65.	Какие этапы создания рекламного сообщения Вы знаете?
66.	Что включает в себя этика рекламы?
67.	Что такое «недобросовестная реклама»?
68.	Что такое «недостоверная реклама»?
69.	Что такое «неэтичная реклама»?
70.	Что такое «рекламная фотография»?
71.	Какие виды рекламной фотографии выделяют в сфере маркетинга?
72.	Что такое «визуальная коммуникация»?
73.	Что такое «наружная реклама»?
74.	Какие виды наружной рекламы Вы знаете?
75.	Какие преимущества наружной рекламы Вы знаете?
76.	Какие недостатки наружной рекламы Вы знаете?
77.	Какие виды телевизионной рекламы Вы знаете?
78.	Какие преимущества телевизионной рекламы Вы знаете?
79.	Какие недостатки телевизионной рекламы Вы знаете?
80.	Какие виды рекламы в интернете Вы знаете?
81.	Какие преимуществами обладает интернет-реклама?
82.	Какими недостатками обладает интернет-реклама?
83.	Что такое «печатная (полиграфическая) реклама»?
84.	Какие виды печатной (полиграфической) рекламы Вы знаете?
85.	Что такое «рекламный буклет»?
86.	Что такое «рекламный плакат»?
87.	Что такое «каталог»?
88.	Что такое «листовка» или «флайер»?

№	Содержание вопроса
89.	Какими преимуществами обладает печатная реклама?
90.	Какими недостатками обладает печатная реклама?
91.	Что такое «реклама на транспорте»?
92.	Какими преимуществами обладает реклама на транспорте?
93.	Какими недостатками обладает реклама на транспорте?
94.	Какие виды сувенирной рекламы Вы знаете?
95.	Какими преимуществами обладает сувенирная реклама?
96.	Какими недостатками обладает сувенирная реклама?
97.	Какую рекламу можно считать эффективной?
98.	Что такое «экономическая эффективность рекламы»?
99.	Что такое «коммуникативная эффективность рекламы»?
100.	Какие критерии выбора средства распространения рекламы Вы знаете?