

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Емец Валерий Сергеевич
Должность: Директор филиала
Дата подписания: 20.02.2025 16:31:04
Уникальный программный ключ:
f2b8a1573c931f1098cfe699d1debd94fcff35d7

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Рязанский институт (филиал)

**федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования**

«Московский политехнический университет»

ПРИНЯТО

На заседании Ученого совета
Рязанского института (филиала)
Московского политехнического
университета

Протокол № 11
от « 30 » 06 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Рязанского института (филиала)
Московского политехнического
университета



В.С. Емец

« 30 » 06 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

«Дизайн и рекламные технологии»

Направление подготовки

09.03.02 Информационные системы и технологии

Направленность образовательной программы

Информационные системы и технологии в медиаиндустрии

Квалификация, присваиваемая выпускникам

Бакалавр

Форма обучения

Очная, заочная

**Рязань
2023**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- формирование у обучающихся / углубление уровня освоения обучающимися профессиональных компетенций, необходимых для решения задач профессиональной деятельности, в том числе формирование компетенций обучающегося в области основ графического дизайна.

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере исследования, разработки, внедрения и сопровождения информационных технологий и систем)	научно - исследовательский	<ul style="list-style-type: none"> - формирование базовых представлений о графическом дизайне как виде современного проектирования информационных систем, - формирование практических навыков студентов в области графического дизайна.
40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности	Производственно-технологический	<ul style="list-style-type: none"> - Рассмотреть Дизайн и рекламные технологии как процесс и как технологию, в том числе: - приобретение обучающимися знаний, умений и навыков по выполнению графических проектов способами компьютерных технологий, - овладение способами применения их в дальнейшем в практической деятельности.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» у обучающегося формируются профессиональные компетенции ПК-4. Содержание указанных компетенций и перечень планируемых результатов обучения по данной дисциплине представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (4)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (5)	Основание (ПС) *для профессиональных компетенций
ПК-4	ПК-4 Реализация эргономических требований к продукции (изделию) при создании элементов промыш-	ПК-4.1 Эскизирование, макетирование, физическое моделирование, прототипирование продукции (изделия) и (или) элементов промышленного дизайна ПК-4.2 Компьютерное (твердотель-	06.25 Специалист по дизайну графических и пользовательских интерфей-

	ленного дизайна	ное и поверхностное моделирование, визуализация, презентация модели продукта (изделия) и (или) элементов промышленного дизайна ПК-4.3 Проектирование элементов продукта (изделия) с учетом конструктивных и технологических особенностей, эргономических требований и функциональных свойств продукта (изделия)	сов
--	-----------------	--	-----

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к Элективной части, Блока 1 образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии.

Дисциплина частично или полностью реализуется в форме практической подготовки.

2.1 Требования к входным знаниям, умениям и навыкам обучающихся

Изучение дисциплины базируется на знаниях, полученных по дисциплинам «Основы композиции в дизайне», «Теория цвета и цветовоспроизведение в медиатехнологиях», «Общий курс шрифта», «Фотодизайн».

Для освоения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» студент должен:

знать:

- типологию, основные характеристики, функции шрифтов, психологию восприятия шрифтов
- теорию цвета

уметь:

- решать отдельные композиционные задачи;

владеть:

- навыками самостоятельного проектирования на основе современных тенденций

2.2 Взаимосвязь с другими дисциплинами

Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами образовательной программы представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Структурно-логическая схема формирования компетенций

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Данная дисциплина	Последующие дисциплины
ПК-4	«Основы композиции в дизайне», «Теория цвета и цветовоспроизведение в медиатехнологиях», «Общий курс шрифта», Информационные технологии и программирование, Интернет-технологии Фотодизайн	«Дизайн и рекламные технологии»	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3 Объем дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Объем дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» в академических часах с распределением по видам учебных занятий указан в таблице 3 для очной формы обучения.

Таблица 3 – Объем дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» в академических часах (для очной формы обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр	
		Очная 8	Заочная 10
Контактная работа обучающихся с преподавателем		24	16
Аудиторная работа (всего)		24	16
в том числе:			
Лекции		12	8
Семинары, практические занятия		12	8
Лабораторные работы			
Внеаудиторная работа (всего)			
в том числе:			
Групповая консультация			
Самостоятельная работа обучающихся (всего)		48	56
в том числе			
Курсовое проектирование			
Расчетно-графические работы			
Реферат		18	20
Другие виды занятий (<i>подготовка к зачету, экзамену, занятиям, домашняя работа, подготовка к контрольной работе, работа с литературой</i>)		30	36
Вид промежуточной аттестации (З - зачет, Э - экзамен, ЗО – зачет с оценкой)			3
Общая трудоемкость дисциплины, час			72
Общая трудоемкость дисциплины, з.е.			2

3.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, для студентов ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Таблица 4 – Разделы дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» и их трудоемкость по видам учебных занятий (для очной формы обучения)

№ п/п	Раздел дисциплины	Общая трудоем-	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, и трудоемкость (в часах)	Вид промежуточ-

			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Вводная часть. Понятие рекламы	12	2	2		8		
2	Виды, средства и задачи рекламы.	12	2	2		8	Устный опрос, конспект лекций.	
3	Рекламная кампания, ее цели и целевые группы.	12	2	2		8	Текущий просмотр, тестирование, реферат	
4	Психолингвистические особенности визуальной рекламы.	12	2	2		8		
5	Графические рекламные носители.	24	4	4		16	Устный опрос, конспект лекций. Текущий просмотр, тестирование, реферат	
	Форма аттестации							3
	Всего часов по дисциплине	72	12	12		48		

3.2 Содержание дисциплины «Дизайн и рекламные технологии», структурированное по разделам (темам)

Содержание лекционных занятий приведено в таблице 6, содержание практических занятий – в таблице 7.

Таблица 6 – Содержание лекционных занятий

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины
1	2	3
1	Вводная часть. Понятие рекламы	Реклама как элемент комплекса продвижения услуг и товаров. Основные задачи рекламы. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения услуг и товаров. Классификация рекламы. Социально-психологические основы рекламной деятельности. Модель покупательского поведения.
2	Характеристика информационных технологий в рекламе	Рекламное обращение и его составляющие. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов Рекламное обращение и его составляющие. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные

		средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов.
3	Исследование рекламной аудитории	Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая реклама. Речевое воздействие в рекламе. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания. Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания
4	Эффективность рекламы	Психолингвистические особенности визуальной рекламы. Семиотика рекламы. Семиотический анализ рекламы. Тропы. Тропологический анализ рекламных сообщений. Специфика рекламных носителей в соответствии с видом рекламного носителя. Стилистика рекламы. Выразительные средства рекламного сообщения. Процесс авторской концепции разработки рекламного сообщения и построение рекламных коммуникаций.
5	Развитие информационных технологий в рекламе	Графические рекламные носители. Технологии производства печатной и наружной рекламы. Интернет реклама. Реклама на местах продаж. Директ-мейл. Служба рекламы в системе новой рыночной экономики. Ведущие рекламные агентства. Новое законодательство о рекламе. Технический уровень и технология использования рекламных средств.

Таблица 7 – Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование раздела (темы) дисциплины	Содержание раздела (темы) дисциплины
1	2	3
1.1	Вводная часть. Понятие рекламы	Реклама как элемент комплекса продвижения услуг и товаров. Основные задачи рекламы. Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения услуг и товаров. Классификация рекламы. Социально-психологические основы рекламной деятельности. Модель покупательского поведения.
1.2	Характеристика информационных технологий в рекламе	Рекламное обращение и его составляющие. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов Рекламное обращение и его составляющие. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов.
1.3	Исследование рекламной аудитории	Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая реклама. Речевое воздействие в рекламе. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания. Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания
1.4	Эффективность рекламы	Психолингвистические особенности визуальной рекламы.

		<p>Семиотика рекламы. Семиотический анализ рекламы. Тропы. Тропологический анализ рекламных сообщений. Специфика рекламных носителей в соответствии с видом рекламного носителя.</p> <p>Стилистика рекламы. Выразительные средства рекламного сообщения. Процесс авторской концепции разработки рекламного сообщения и построение рекламных коммуникаций.</p>
2.1	Развитие информационных технологий в рекламе	<p>Графические рекламные носители.</p> <p>Технологии производства печатной и наружной рекламы.</p> <p>Интернет реклама. Реклама на местах продаж. Директ-мейл. Служба рекламы в системе новой рыночной экономики. Ведущие рекламные агентства. Новое законодательство о рекламе. Технический уровень и технология использования рекламных средств.</p>

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.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде института (далее - ЭИОС). В случае проведения части контактной работы по дисциплине в ЭИОС (в соответствии с расписанием учебных занятий), трудоемкость контактной работа в ЭИОС эквивалентна аудиторной работе.

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, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплины в форме курса, составленного на основе результатов научных исследований, проводимых институтом, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- электронное обучение;
- проблемное обучение;
- разбор конкретных ситуаций;

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, 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, 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, что соответствует допороговому уровню.

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

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия: вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению; задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

4.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, 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 при выполнении практических работ по учебному материалу дисциплины;
- подведение итогов занятий (итоговых практических работ) по рейтинговой системе.

При подготовке к практическим занятиям, обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные вопросы.

В течение практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем, что зачитывается как текущая работа студента.

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.

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

ленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут использовать в специализированных аудиториях для самостоятельной работы компьютеры, обеспечивающему доступ к программному обеспечению, необходимому для изучения дисциплины, а также доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде института (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

4.5.1 - **Написание реферата** - является одной из важных форм самостоятельной учебной деятельности. Реферат – это краткое изложение содержания научных трудов, свидетельствующее о знании литературы по определенной научной теме, ее основной проблематике, отражающее точку зрения автора на данную проблему, умение осмысливать явления жизни на основе теоретических знаний.

В процессе работы над рефератом можно выделить 4 этапа:

- вводный – выбор темы, работа над планом и введением;
- основной – работа над содержанием и заключением реферата;
- заключительный – оформление реферата;
- защита реферата.

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 института (ЭБС). Литература, используемая в печатном виде, представлена в научной библиотеке университета в объеме не менее 0,25 экземпляров на одного обучающегося.

Основная литература

1. Балланд, Т. В. Информационные технологии в дизайне. Векторная графика Corel Draw. Ч.2. Рекомендации к выполнению практических работ : учебное пособие / Т. В. Балланд. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. — 86 с. — ISBN 978-5-7937-1554-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102621.html>

2. Балланд, Т. В. Информационные технологии в дизайне. Конспект лекций : учебное пособие / Т. В. Балланд. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 64 с. — ISBN 978-5-7937-1456-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102622.html>

3. Головкин, С. Б. Дизайн деловых периодических изданий : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С. Б. Головкин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с. — ISBN 978-5-238-01477-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83031.html>

4. Воробьева, Т. А. Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью : учебно-методическое пособие / Т. А. Воробьева. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 88 с. — ISBN 978-5-7782-1882-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44943.html>

Дополнительная литература:

1. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р. Ю. Овчинникова ; под редакцией Л. М. Дмитриева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/74886.html>

2. Елисеенков, Г. С. Дизайн-проектирование : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Г. С. Елисеенков, Г. Ю. Мхитарян. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2016. — 150 с. — ISBN 978-5-8154-0357-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66376.html>

3. Мирхасанов, Р. Ф. История дизайна : учебное пособие : в 2 частях : [12+] / Р. Ф. Мирхасанов. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — Ч. 1. Промышленное производство и дизайн. — 516 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602193> (дата обращения: 14.10.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-2471-1 (Ч. 1). — ISBN 978-5-4499-2470-4. — Текст : электронный.

Таблица 9 – Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Литература (ссылка на номер в списке литературы)
1	2	3
1	Вводная часть. Понятие рекламы	Основная: 1,2,3 Дополнительная: 1,2,3
2	Виды, средства и задачи рекламы.	Основная: 2,3,4 Дополнительная: 1,2,3
3	Рекламная кампания, ее цели и целевые группы.	Основная: 1,2,3 Дополнительная: 1,2,3
4	Психолингвистические особенности визуальной рекламы.	Основная: 1,2,3 Дополнительная: 1,2,3
5	Графические рекламные носители.	Основная: 2,3,4 Дополнительная: 1,2,3

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

1. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] Справочная правовая система. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Электронная библиотечная система Рязанского института (филиала) Московского политехнического института [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bibl.rimsou.loc/> - Загл. с экрана.
3. Электронно-библиотечная система «Издательства Лань» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://lanbook.com/>. - Загл. с экрана.
4. Электронно-библиотечная система Юрайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urait.ru/>- Загл. с экрана.
5. Электронно-библиотечная система IPR SMART [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/>. - Загл. с экрана.

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

Специализированные аудитории, используемые при проведении лекционных и практических занятий, оснащены мультимедийными проекторами и комплектом аппаратуры, позволяющей демонстрировать текстовые и графические материалы.

Материально-техническая база для проведения лабораторных занятий - компьютерный класс, оборудованный мультимедийной техникой, компьютером.

Перечень аудиторий и материально-технические средства, используемые в процессе обучения, представлены в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень аудиторий и оборудования

«Дизайн и рекламные технологии»	Аудитория № 221 Лекционная аудитория Аудитория для групповых и индивидуальных консультаций Столы, стулья, классная доска, кафедра для преподавателя, экран, проектор, ноутбук, жалюзи	390000, Рязанская область, г. Рязань, ул. Право-Лыбедская, 26/53
	Аудитория № 27 Творческая мастерская Мольберты, учебно-наглядные пособия (гипсовые фигуры) стулья, рабочее место преподавателя	390000, Рязанская область, г. Рязань, ул. Право-Лыбедская, 26/53
	Аудитория № 208 Компьютерная аудитория Аудитория для курсового проектирования Аудитория для самостоятельной работы оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду института Рабочее место преподавателя: - персональный компьютер; Рабочее место учащегося:	390000, Рязанская область, г. Рязань, ул. Право-Лыбедская, 26/53

	<p>- персональный компьютер программное обеспечение</p> <p>- Microsoft Win Starter 7 Russian Academic OPEN 1 License No Level Legalization Get Genuine. Лицензия № 47945625 от 14.01.2011</p> <p>- Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN 1 License No Level. Лицензия № 47945625 от 14.01.2011</p> <p>- Kaspersky Security Cloud 21.1.15.500. Отечественного производства, бесплатная версия</p> <p>- Mathcad Education – University Edition (50 pack) Maintenance Gold. Лицензионный договор № 01-10\12 от 06.11.2012.</p>	
--	---	--

7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии»

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 10 – Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Период формирования компетенции	Наименование оценочного средства
1	Вводная часть. Понятие рекламы	ПК-4	В течение семестра	Вопросы к практическим занятиям, тестирование, реферат
2	Виды, средства и задачи рекламы.			
3	Рекламная кампания, ее цели и целевые группы.			
4	Психолингвистические особенности визуальной рекламы.			
5	Графические рекламные носители.			

Таблица 11 – Планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций

Компетенция	Уровень освоения компетенции	Показатели сформированности компетенции	Наименование оценочного средства
ПК-4	Пороговый	Способность решать некоторые стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопас-	Вопросы к экзамену, вопросы к практическим занятиям тестирование, реферат

		ности	
	Высокий	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	

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

Таблица 12 – Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Де-скрип-тор компетенций	Показатель оценивания	Форма контроля		
		ТК	КП	Э
Знает	- особенности проектирования графических пользовательских интерфейсов - основы промышленного дизайна	+	+	+
Умеет	- использовать графические редакторы в процессе проектирования интерфейсов - использовать встроенные средства визуализации в процессе дизайн-проектирования	+	+	+
Владеет	- навыками проектирование контекстных сценариев и интерфейсных решений - - навыками подготовки графических материалов для презентации модели продукта; - навыками использования информационных технологий и деталей внешнего оформления, графического цифрового дизайн-проектирования	+	+	+

7.2.1 Этап текущего контроля знаний

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по пяти-балльной шкале с оценками:

- «отлично»
- «хорошо»
- «удовлетворительно»
- «неудовлетворительно»
- «не аттестован»

Таблица 12 – Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля знаний

Де-скрип-тор компетенций	Показатель оценивания	Оценка	Критерий оценивания

Знает	- особенности проектирования графических пользовательских интерфейсов - основы промышленного дизайна	Зачтено	Полное посещение занятий. Студент демонстрирует полные глубокие системные знания особенностей применения информационных технологий в современном дизайне; основные виды проектных изображений, умение выполнять упражнения по заданной тематике на оценку «Отлично».
Умеет	- использовать графические редакторы в процессе проектирования интерфейсов - использовать встроенные средства визуализации в процессе дизайн-проектирования		
Владеет	- навыками проектирование контекстных сценариев и интерфейсных решений - - навыками подготовки графических материалов для презентации модели продукта; - навыками использования информационных технологий и деталей внешнего оформления, графического цифрового дизайн-проектирования)		
Знает	- особенности проектирования графических пользовательских); - основы промышленного дизайна	Не зачтено	Частичное посещение практических занятий. Работы выполнены на оценку «неудовлетворительно». Студент демонстрирует непонимание сути заданных вопросов.
Умеет	- использовать графические редакторы в процессе проектирования интерфейсов - использовать встроенные средства визуализации в процессе дизайн-проектирования		
Владеет	- навыками проектирование контекстных сценариев и интерфейсных решений - - навыками подготовки графических материалов для презентации модели продукта; - навыками использования информационных технологий и деталей внешнего оформления, графического цифрового дизайн-проектирования		

7.2.2 Этап промежуточного контроля знаний

В восьмом семестре результаты промежуточного контроля знаний (экзамен) оцениваются по четырех-бальной шкале с оценками:

- «отлично»
- «хорошо»
- «удовлетворительно»
- «неудовлетворительно»

Таблица 14 - Шкала и критерии оценивания Зачета

Критерии	Оценка		
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»
Объем	Глубокие знания, уверенные действия по решению практических заданий в полном объеме учебной программы, освоение всех компе-	Достаточно полные знания, правильные действия по решению практических заданий в объеме учебной программы, освоение всех компе-	Твердые знания в объеме основных вопросов, в основном правильные решения практических заданий, освоение всех компетенций.

	тенций.	тенций.		
Системность	Ответы на вопросы логично увязаны с учебным материалом, вынесенным на контроль, а также с тем, что изучал ранее.	Ответы на вопросы увязаны с учебным материалом, вынесенным на контроль, а также с тем, что изучал ранее.	Ответы на вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на контроль.	Имеется необходимость в дополнительных заданиях
Осмысленность	Правильные и убедительные графические работы. Быстрое, правильное и творческое принятие решений, безупречная обработка решений заданий. Умение делать выводы.	Правильные ответы и практические действия. Правильное принятие решений. Грамотная обработка решений по заданиям.	Допускает незначительные ошибки при работе над практическими действиями. Допускает неточность в принятии решений по заданиям.	

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Написание рефератов на темы:

1. Современные Дизайн и рекламные технологии.
2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
3. Возможности современных компьютерных технологий по повышению эффективности рекламы. Оценка эффективности.
4. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности.
5. Использование технологий баз данных в рекламе.
6. Информационные хранилища и интеллектуальный анализ данных в рекламе.
7. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
8. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
9. Рекламные возможности сети Интернет.
10. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
11. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании.
12. Использование возможностей Web-сайта для ведения рекламной деятельности.
13. Реклама в электронной коммерции.
14. Баннерная реклама в сети Интернет.
15. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.
16. Сети баннерного обмена (banner exchange services).

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА РАЗРАБОТКУ И РЕАЛИЗАЦИЮ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ:

Информация о Компании

- Название
- Контактные данные: адрес компании, электронная почта, интернет-сайт

- Род деятельности
- Конкурентные преимущества
- Потребители
- Конкуренты
- Дополнительная информация о Компании (не вошедшая по каким-то причинам в предыдущие пункты)

Информация о рекламируемом продукте (или услуге)

1. Выбрать предмет рекламы (продукт или услуга)
2. Обозначить целевую аудиторию (определить потребителя)
3. Определить цель рекламной компании (продвижение товара или услуги, повышение спроса и т.п.)
4. Обозначить задачи рекламной компании (создать привлекательный, запоминающийся образ и т.п.)
5. Указать конкурентные преимущества — уникальность предложения
6. Включить необходимую дополнительную информацию (по усмотрению)

Информация о существующем фирменном стиле

- Логотип — стилистика, образ, идея
- Фирменные цвета — в «Pantone» или СМУК
- Фирменные шрифты — основной шрифт и наборный
- Графические элементы, образы, персонажи — особенности, характер размещения, образность
- Модульная сетка (анализ существующих рекламоносителей) — структура и тип компоновки рекламных сообщений
- Описание других элементов фирменного стиля, использующихся в настоящий момент — наличие и описание (примеры печатной или наружной рекламы и т.п.)

Состав задания

1. Обозначить цель рекламной компании
 2. Определить идею и выбрать способы продвижения товара или услуги
 3. Обосновать стиль подачи рекламной информации (классический, модернистский, гранжевый, живописный, минималистический и т.п.)
 4. Создать слоган для рекламной компании, подобрать текстовую информацию
 5. Выбрать графические приемы, отражающие направление деятельности компании, в соответствии с целями и задачами рекламы
 6. Определить объем, характер и содержание графической информации
 7. Подобрать иллюстрации
 8. Предложить и обосновать цветовое решение
 9. Действовать необходимыми рекламоносителями (3 основных, 2 по желанию)
- **Полиграфия** (листочка А5/А6 или флаер)
- **Рекламный макет для журнала или газеты** (полоса или 14 полосы)
- **Макет для наружной рекламы** (баннер 3х6 м. /3х12 м. или брендмауэр)
- Реклама на транспорте (аппликация на автобус или автомобиль)
- Деловая документация (визитка, бланк письма, конверт)

Перечень вопросов для промежуточной аттестации (к зачету)

1. «Реклама». Понятие, история возникновения.
2. Основные виды и функции рекламы.
3. Формы передачи информации: преимущества и недостатки.
4. Цели и приемы рекламы.
5. Модель рекламного обращения Э. Левиса.
6. Дизайн рекламы. Расшифровка понятия и основных задач.
7. Принципы использования элементов дизайна.
8. Рекламная стратегия и рекламная идея.
9. Значение фирменного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы.
10. Цвет, форма и шрифт: методика выбора, использование в рекламных целях.
11. Печатная реклама: основные виды и особенности.
12. Наружная реклама: основные виды и особенности.
13. Ошибки при создании печатной и наружной рекламы.
14. Реклама на транспорте как вид рекламы.
15. Реклама в средствах массовой информации как вид рекламы.

16. Реклама на местах продаж. Примеры.
17. Виды сувенирной рекламной продукции и ее специфика.
18. Бренд: понятие, функции, основные составляющие.
19. Системы восприятия и принципы построения логотипа.
20. Слоган: типы и функции.
21. Фирменная документация как объект графического дизайна.
22. Классификация печатной бумаги.
23. Классификация баннерных материалов. Виды виниловых баннеров.
24. Креативная реклама: ее недостатки и преимущества.
25. Современные способы печати полиграфической продукции.
26. Особенности широкоформатной печати: основные требования к файлам.
27. Особенности офсетной и цифровой печати: требования к файлам.
28. Специфика рекламного творчества дизайнера.
29. Закон РФ «О рекламе». Его основные положения.
30. Рекламный кодекс: российский и международный.

7.3. Вопросы для подготовки к зачету по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии»:

7.3.2 Образцы билетов для проведения зачета

Рязанский институт (филиал) Московский политехнический университет	Экзаменационный билет № 1 по дисциплине « <i>Дизайн и рекламные технологии</i> » для очной формы обучения, направление подготовки 1 09.03.02	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой ИиИТ _____
		« » 2023 г.

1. Бренд: понятие, функции, основные составляющие.
2. Модель рекламного обращения Э. Левиса.
3. Практическое задание.

Рязанский институт (филиал) Московский политехнический университет	Экзаменационный билет № 2 по дисциплине « <i>Дизайн и рекламные технологии</i> » для очной формы обучения, направление подготовки 09.03.02	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой ИиИТ _____
		« » 2022 г.

1. Формы передачи информации: преимущества и недостатки.
2. Закон РФ «О рекламе». Его основные положения.
3. Практическое задание.

Рязанский институт (филиал) Московский политехнический университет	Экзаменационный билет № 3 по дисциплине « <i>Дизайн и рекламные технологии</i> » для очной формы обучения, направление подготовки 09.03.02	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой ИиИТ _____
		« » 2022 г.

1. Современные способы печати полиграфической продукции.
2. Цвет, форма и шрифт: методика выбора, использование в рекламных целях.
3. Практическое задание.

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

7.4.1 Методические рекомендации по проведению промежуточной аттестации

Методические рекомендации по проведению зачета

1. Цель проведения

Основной целью проведения зачета является определение степени достижения целей по учебной дисциплине или ее разделам. Осуществляется это проверкой и оценкой уровня теоретических знаний, полученных студентами, умения применять их к решению практических задач, степени овладения студентами компетенций в объеме требований рабочей программы по дисциплине, а также их умение самостоятельно работать с учебной литературой.

2. Форма проведения

Формой промежуточной аттестации по данной дисциплине в соответствии с учебным графиком является зачет с оценкой.

3. Метод проведения

Зачет проводится по билетам либо без билетов по перечню вопросов.

Зачет допускается проводить с помощью технических средств контроля (компьютерное тестирование). Зачет, может проводиться методом индивидуального собеседования, в ходе которого преподаватель ведет со студентом обсуждение одной проблемы или вопроса изученной дисциплины (части дисциплины). При собеседовании допускается ведение дискуссии, аргументированное отстаивание своего решения (мнения). При необходимости могут рассматриваться дополнительные вопросы и проблемы, решаться задачи и примеры.

4. Критерии допуска студентов к зачету

В соответствии с требованиями руководящих документов и согласно Положению о текущем контроле знаний и промежуточной аттестации студентов института, к зачету допускаются студенты, выполнившие все требования учебной программы.

5. Организационные мероприятия

5.1. Назначение преподавателя, принимающего зачет

Зачет принимается лицами, которые читали лекции по данной дисциплине. Решением заведующего кафедрой определяются помощники основному экзаменатору из числа преподавателей, ведущих в данной группе практические занятия, а если лекции по разделам учебной дисциплины читались несколькими преподавателями, то определяется состав комиссии для приема экзамена.

5.2. Конкретизация условий, при которых студенты освобождаются от сдачи зачета (основа - результаты рейтинговой оценки текущего контроля).

По представлению преподавателя, ведущего занятия в учебной группе, заведующий кафедрой может освободить студентов от сдачи зачета. От зачета освобождаются студенты, показавших отличные и хорошие знания по результатам рейтинговой оценки текущего контроля.

Количество одновременно находящихся экзаменуемых в аудитории. В аудитории, где принимается зачет, может одновременно находиться студентов из расчета не более пяти на одного преподавателя. В случае проведения зачета с помощью технических средств контроля в аудитории допускается количество студентов, равное количеству компьютеров в аудитории.

Время, отведенное на подготовку ответа по билету, не должно превышать: для зачета – 20 минут, для компьютерного тестирования - по 2 мин на вопрос. По истечению данного времени после получения билета (вопроса) студент должен быть готов к ответу.

Организация практической части зачета. Практическая часть зачета организуется так, чтобы обеспечивалась возможность проверить умение студентов применять теоретические знания при решении практических заданий. Она проводится путем постановки экзаменуемым отдельных задач, упражнений, заданий, требующих практических действий по решению заданий. Каждый студент выполняет задание самостоятельно путем производства расчетов, решения задач, работы с документами и др. При выполнении заданий студент отвечает на дополнительные вопросы, которые может ставить экзаменатор.

Действия преподавателя на зачете.

Студенту на зачете разрешается брать один билет.

Во время испытания промежуточной аттестации для подготовки к ответу студенты не могут пользоваться рабочими программами учебных дисциплин, а также Гражданским кодексом, Налоговым кодексом и другими нормативными документами.

Использование материалов, не предусмотренных указанным перечнем, а также попытка общения с другими студентами или иными лицами, в том числе с применением электронных средств связи, несанкционированное преподавателем перемещение по аудитории и т.п. не разрешается и являются основанием для удаления студента из аудитории.

Задача преподавателя на зачете заключается в том, чтобы внимательно заслушать студента, предоставить ему возможность полностью изложить ответ. Заслушивая ответ и анализируя методы решений практических заданий, преподаватель постоянно оценивает насколько полно, системно и осмысленно осуществляется ответ, решается практическое задание.

Считается бестактностью прерывать ответ студента, преждевременно давать оценку его ответам и действиям.

В тех случаях, когда ответы на вопросы или практические действия были недостаточно полными или допущены ошибки, преподаватель после ответов студентом на все вопросы задает дополнительные вопросы с целью уточнения уровня освоения дисциплины. Содержание индивидуальных вопросов не должно выходить за рамки рабочей программы. Если студент затрудняется сразу ответить на дополнительный вопрос, он должен спросить разрешения предоставить ему время на подготовку и после подготовки отвечает на него.

Инновационные формы проведения занятий

В ходе аудиторных учебных занятий используются различные инновационные формы и средства обучения, которые направлены на совместную работу преподавателя и обучающихся, обсуждение, принятие группового решения. Такие методы способствуют сплочению группы и обеспечивают возможности коммуникаций не только с преподавателем, но и с другими обучаемыми, опираются на сотрудничество в процессе познавательной деятельности.

Успешная реализация содержания курса основывается на использовании активных и интерактивных методов обучения (таблица 18).

Таблица 18 – Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Вид занятия	Форма работы
1	Вводная часть. Понятие рекламы	Лекционное занятие	Представление и обсуждение докладов
2	Виды, средства и задачи рекламы.	Практическое занятие	Представление и обсуждение выполненных работ
3	Рекламная кампания, ее цели и целевые группы.	Лекционное занятие	Представление и обсуждение докладов
4	Психолингвистические особенности визуальной рекламы.	Практическое занятие	Представление и обсуждение выполненных работ

8. 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.

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с:

- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки (специальности) 09.03.02 «Информационные системы и технологии» и уровню высшего образования Бакалавриат, утвержденный приказом Минобрнауки России от 19.09.2017 № 929 (далее – ФГОС ВО);

- учебным планом (очной, заочной форм обучения) по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии.

Рабочая программа дисциплины включает в себя оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (п.7 Оценочные материалы (фонд оценочных средств) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации).

Автор: М.В. Князева, к.и.н., доцент кафедры «Промышленное и гражданское строительство»

Программа одобрена на заседании кафедры «Информатика и информационные технологии» (протокол № 10 от 24.06.2023).