

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»**

Структурное подразделение «Рекламы и журналистики»

**УТВЕРЖДЕНА:**  
на заседании кафедры  
Протокол №6 от 05 февраля 2025 г.

**Рабочая программа дисциплины**

**«ЦИФРОВОЙ ДИЗАЙН»**

---

Направление: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

---

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

---

Квалификация: Бакалавр

---

Форма обучения: очная

---

Документ подписан простой электронной подписью Составитель программы: Другова Елена Сергеевна Дата подписания: 12.06.2025
---

Документ подписан простой электронной подписью Утвердил: Вайрах Юлия Викторовна Дата подписания: 13.06.2025
---

Документ подписан простой электронной подписью Согласовал: Другова Елена Сергеевна Дата подписания: 12.06.2025
--

Год набора – 2025

Иркутск, 2025 г.

## 1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

### 1.1 Дисциплина «Цифровой дизайн» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
ОПК ОС-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК ОС 3.4
ОПК ОС-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК ОС-7.3

### 1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
ОПК ОС 3.4	Использует знания основных достижений мировой и отечественной культуры в процессе создания и моделирования коммуникационно-рекламного продукта	<b>Знать</b> сущность и значение дизайна рекламы в развитии современного информационного общества; <b>Уметь</b> использовать основные знания при планировании и разработке социальных и профессиональных задач; <b>Владеть</b> культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию рекламной информации.
ОПК ОС-7.3	Разрабатывает рекламное сообщение с учетом требований и норм профессиональной сферы учитывая социальные и правовые нормы и требования к продукту деятельности	<b>Знать</b> приемы использования мультимедиа-контента при работе с профессиональными задачами; <b>Уметь</b> создавать и обрабатывать видео и аудиовизуальные данные; <b>Владеть</b> навыками создания мультимедийного веб-контента в соответствии со стандартами и рекомендациями профессиональной среды

## 2 Место дисциплины в структуре ООП

Изучение дисциплины «Цифровой дизайн» базируется на результатах освоения следующих дисциплин/практик: «Теория и практика рекламы», «Основы маркетинга», «Основы public relations»

Дисциплина является предшествующей для дисциплин/практик: «Управление рекламной деятельностью», «Таргетированная и контекстная реклама», «Производственная практика: профессионально-творческая практика», «Производственная практика: преддипломная практика»

### 3 Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет – 6 ЗЕТ

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах (Один академический час соответствует 45 минутам астрономического часа)		
	Всего	Семестр № 5	Семестр № 6
Общая трудоемкость дисциплины	216	108	108
Аудиторные занятия, в том числе:	96	48	48
лекции	32	16	16
лабораторные работы	64	32	32
практические/семинарские занятия	0	0	0
Самостоятельная работа (в т.ч. курсовое проектирование)	84	60	24
Трудоемкость промежуточной аттестации	36	0	36
Вид промежуточной аттестации (итогового контроля по дисциплине)	Зачет, Экзамен	Зачет	Экзамен

### 4 Структура и содержание дисциплины

#### 4.1 Сводные данные по содержанию дисциплины

##### Семестр № 5

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.	
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Введение в цифровой дизайн. Основные понятия компьютерной графики.	1	2	1	3					Доклад
2	Векторная графика. Трёхмерная графика. Форматы файлов.	2	2	2, 3	6			1	20	Творческое задание
3	Основы векторной графики	3	2	5	3					
4	Работа с векторной графикой	4	2	4, 7	6					Творческое задание
5	Основные приёмы работы с	5	2	6, 8, 9, 10	12					Творческое задание

	растровой графикой.									
6	Обработка цифровых фотографий.	6	2					3	20	Творческое задание
7	Конвертеры файлов. Деловая и научная графика.	7	2	11	2					
8	Основные понятия цифрового звука. Форматы аудиофайлов.	8	2					2	20	
	Промежуточная аттестация									Зачет
	Всего		16		32				60	

### Семестр № 6

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Виды контактной работы						СРС		Форма текущего контроля
		Лекции		ЛР		ПЗ(СЕМ)		№	Кол. Час.	
		№	Кол. Час.	№	Кол. Час.	№	Кол. Час.			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Обработка звука.	1	2							
2	Основные понятия цифрового видео. Характеристики видеосигнала.	2	2	4, 5	6					Доклад
3	Формирование цифрового видеосигнала. Форматы цифрового кодирования и сжатия.	3	2	6	3					Творческое задание
4	Принципы графического дизайна.	4	2	9	3					
5	Графические приемы организации рекламного пространства	5	2	11	2					Доклад
6	Основные особенности дизайна брошюры	6	2							Творческое задание
7	Основные принципы дизайна логотипа.	7	2	8	3			1	24	Творческое задание
8	Графика и мультимедиа в WWW.	8	2	7, 10	6					
	Промежуточная аттестация								36	Экзамен
	Всего		16		23				60	

### 4.2 Краткое содержание разделов и тем занятий

## Семестр № 5

№	Тема	Краткое содержание
1	Введение в цифровой дизайн. Основные понятия компьютерной графики.	Особенности становления и потенциальные направления развития Основные понятия компьютерной графики. Дизайн. Креатив. Технологии создания визуального изображения.
2	Векторная графика. Трёхмерная графика. Форматы файлов.	Компьютерная графика как вид дизайнерской деятельности, специфика компьютерной графики. Виды компьютерной графики. Компьютерная графика в среде проектирования объектов дизайна. Области применения компьютерной графики Компьютерная графика в полиграфии. Компьютерная графика и проектная графика. Компьютерная графика в Web-дизайне.
3	Основы векторной графики	Рисование с помощью компьютера. Аппаратные средства. Программные средства. Программы мультимедийной графики для Web-дизайна. Деловая графика и презентации. Двумерное и трехмерное моделирование и анимация.
4	Работа с векторной графикой	Изучение основ применения средств визуализации в компьютерном дизайне. Детальное изучение особенностей применения различных стилей и дизайнерских решений
5	Основные приёмы работы с растровой графикой.	Назначение и применение системы. Виды и форматы изображений. Особенности растровых изображений. Параметры растровых изображений. - Изменение размеров изображения. Способы интерполяции. Изменение размеров канвы. - Обрезка изображения. - Отмена действий. - Обзор способов выделения областей изображения.
6	Обработка цифровых фотографий.	Инструменты свободного рисования. Использование кистей, аэрографа, карандаша, ластика. - Выбор цвета кисти. Цветовые модели. Библиотеки Pantone. - Выбор формы кисти. Подключение библиотек кистей. Создание новой кисти. - Выбор параметров кисти. Непрозрачность, режимы наложения. Особенности работы с графическим планшетом. - Закраска областей. -Создание градиентных переходов. - Применение фильтров для имитации различных техник рисования.
7	Конвертеры файлов. Деловая и научная графика.	Современные конвертеры файлов. Типология научной и деловой графики
8	Основные понятия цифрового звука. Форматы аудиофайлов.	Цифровой звук: понятие, типы, форматы.

## Семестр № 6

№	Тема	Краткое содержание
1	Обработка звука.	Специфика обработки звука. Бесплатные пользовательские программы
2	Основные понятия цифрового видео. Характеристики видеосигнала.	Цифровое видео. Типы и характеристики видеосигнала
3	Формирование цифрового видеосигнала. Форматы цифрового кодирования и сжатия.	Формирование цифрового видеосигнала. Форматы цифрового кодирования и сжатия.
4	Принципы графического дизайна.	Формирование цифрового видеосигнала. Форматы цифрового кодирования и сжатия.
5	Графические приемы организации рекламного пространства	Различные графические приёмы организации информации в отдельные группы для того, чтобы сделать материал более понятным для восприятия
6	Основные особенности дизайна брошюры	Цель и задачи создания брошюры. Различные варианты создания брошюры. Основные характеристики эффективного графического дизайна брошюры.
7	Основные принципы дизайна логотипа.	Понятие логотипа, корпоративного стиля. Основные требования к корпоративному стилю организации. Основные виды логотипа. Правила выбора шрифта для использования в рекламном продукте. Дизайн логотипа.
8	Графика и мультимедиа в WWW.	Теория Гештальт - принципы восприятия визуальной информации сознанием

#### 4.3 Перечень лабораторных работ

##### Семестр № 5

№	Наименование лабораторной работы	Кол-во академических часов
1	Основы цифрового дизайна: введение в профессию	3
2	Графические редакторы: работа с Adobe Photoshop	3
3	Инструменты векторной графики: Adobe Illustrator	3
4	Типографика и шрифты в цифровом дизайне	3
5	Композиция и цветовая палитра	3
6	Создание логотипов и фирменного стиля	3
7	Дизайн веб-интерфейса: структура страницы	3
8	Юзабилити-тестирование: основы оценки удобства пользования	3
9	Интерфейс мобильных приложений: особенности и требования	3
10	Анимация и интерактивность в дизайне	3

	цифровых продуктов	
11	Инфографика: создание наглядных визуальных материалов	2

#### Семестр № 6

№	Наименование лабораторной работы	Кол-во академических часов
1	Интерактивные презентации: разработка презентаций с элементами анимации	3
2	Пользовательские сценарии взаимодействия: проектирование опыта пользователя	3
3	Тестирование прототипов интерфейсов: выявление проблем и оптимизация	3
4	Прототипирование интерфейсов с помощью Figma	3
5	Создание анимаций в After Effects для цифровых продуктов	3
6	Оптимизация изображений для интернета: уменьшение веса файлов	3
7	Работа с изображениями высокого разрешения для ретин-дисплеев	3
8	Методы исследования целевой аудитории: интервью и опросы пользователей	3
9	Веб-аналитика и отслеживание поведения пользователей	3
10	Особенности создания иллюстраций для социальных сетей	3
11	Контент-планирование для цифровых платформ: формирование стратегии публикации	2

#### 4.4 Перечень практических занятий

Практических занятий не предусмотрено

#### 4.5 Самостоятельная работа

#### Семестр № 5

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Выполнение письменных творческих работ (писем, докладов, сообщений, ЭССЕ)	20
2	Подготовка к зачёту	20
3	Подготовка к практическим занятиям	20

#### Семестр № 6

№	Вид СРС	Кол-во академических часов
1	Подготовка к экзамену	24

В ходе проведения занятий по дисциплине используются следующие интерактивные методы обучения: Дискуссии, Деловые игры, кейс-технологии

## **5 Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины**

### **5.1 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

#### **5.1.1 Методические указания для обучающихся по лабораторным работам:**

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по практическим работам (Цифровой дизайн). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

#### **5.1.2 Методические указания для обучающихся по самостоятельной работе:**

Другова Е.С. Методические указания для обучающихся по самостоятельным работам (Цифровой дизайн). Направление подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (очная форма обучения) / Е.С. Другова. – Иркутск: ИРНИТУ, 2021.

## **6 Фонд оценочных средств для контроля текущей успеваемости и проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

### **6.1 Оценочные средства для проведения текущего контроля**

#### **6.1.1 семестр 5 | Доклад**

##### **Описание процедуры.**

Во время обучения в вузе студент должен выполнять различные виды работ, одной из них является доклад. Он является самым первым самостоятельным опытом исследования для студента. После доклада следуют рефераты, курсовые, дипломные и магистерские работы. Определение доклада Доклад представляет собой научно-исследовательскую работу, автор которой раскрывает суть исследуемой темы, рассматривает ее со всех точек зрения и высказывает собственный взгляд на проблему. Доклад бывает двух видов – устный и письменный. Однако не зависимо от его вида, в докладе должны сочетаться три качества исследователя – умение провести анализ и преподнести результаты исследования, а также ответить на поставленные вопросы.

Чтобы написать полноценный и качественный доклад студент должен придерживаться следующего плана работы: Прежде всего, необходимо подобрать и проанализировать источники по теме. Рекомендуется для работы использовать около 8-10 источников. Затем следует составить библиографию и приступить к обработке и систематизации материала, а также подготовке выводов и обобщений. Следующим этапом будет составление плана доклада и его написания. Завершающий шаг – публичное выступление.

При подготовке докладов-презентаций – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по: - единой проблеме и одинаковым вопросам; - различным проблемам; - общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе. При анализе данных вопросов и при раскрытии их в эссе необходимо учитывать структуру эссе. Обозначить актуальность поставленной проблемы, ее значимость в настоящее время. Раскрыть основное содержание, приводя конкретные примеры российской и зарубежной рекламы. Сделать вывод.

Темы докладов:

- 1 Опишите принцип представления растровых изображений, их достоинства и недостатки.
- 2 Назовите программы, работающие с растровой графикой, их особенности, отличия.
- 3 Опишите принцип представления векторных изображений, их достоинства и недостатки.
- 4 Что такое кривая Безье, опишите ее составляющие, покажите на схеме.
- 5 Назовите программы, работающие с векторной графикой, их особенности, отличия.
- 6 Опишите принцип представления 3D изображений, их достоинства и недостатки.
- 7 Назовите программы, работающие с 3D-графикой, их особенности, отличия.
- 8 Назовите специализированные графические редакторы, которые вы знаете, опишите их назначение и основные функции.

### **Критерии оценивания.**

Система оценивания предназначена для комплексной проверки уровня овладения знаниями и умениями, продемонстрированными студентами в докладе. Ниже приведены критерии и балльная система оценки, соответствующие традиционной пятибалльной шкале.

Критерии оценивания:

Актуальность и научная ценность темы(0–10 баллов)Насколько правильно выбрана тема, насколько важна и интересна она в контексте дисциплины, представлена ли актуальность и научно-практическая значимость.

Логичность и структура изложения(0–10 баллов)Четкость структуры доклада, логичность повествования, наличие вступления, основного раздела и заключения.

Объем и глубина теоретического материала(0–10 баллов)Адекватность объема и количества представленных теоретических положений, фактов и законов, а также глубина раскрытия темы.

Использованная литература и источники(0–10 баллов)Количество и качество использованных источников, соответствие современным научным публикациям и материалам специализированной литературы.

Практическая значимость и прикладные аспекты(0–10 баллов)Наличие выводов и предложений, основанных на анализе реальных рекламных кампаний, полезность полученных результатов для будущей профессиональной деятельности.

Наглядность и оформление(0–10 баллов)Внешнее оформление доклада, наглядность (таблицы, рисунки, схемы), грамотность изложения, адекватность выбранных визуальных средств.

Устное выступление и презентация(0–10 баллов)Умение выступать публично, владеть речью, удерживать внимание аудитории, использование презентационных средств.

Ответы на вопросы(0–10 баллов)Способность быстро и грамотно отвечать на вопросы, демонстрируя глубину знаний и готовность защищать свою позицию.

Суммарная оценка:

Общая сумма баллов по восьми критериям составляет максимум 80 баллов, где каждый критерий оценивается отдельно по 10-балльной шкале.

Затем суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

### **6.1.2 семестр 5 | Творческое задание**

#### **Описание процедуры.**

Цель выполнения творческого задания состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления, подготовке студентов к самостоятельной научной деятельности, развитии и воспитании широко образованной, культурной, творческой, инициативной и предприимчивой личности. Выполнение творческих заданий позволяет студентам находить необычные решения для поставленных задач, структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать психологические феномены соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Важнейшим условием развития творчества студентов является совместная с преподавателем исследовательская деятельность. Она возможна лишь тогда, когда решается задача, ответ на которую не знает ни студент, ни преподаватель. В этих условиях задача превращается из учебной в научную или прикладную проблему, что побуждает к творческой деятельности. Особое значение приобретают мотивы самореализации, социальные мотивы, мотивы соревнования и др., для актуализации этих мотивов и формирования внутренней мотивации особое значение имеет личностная включённость преподавателя в совместную деятельность со студентом.

Пример задания:

Проект «Создание тематического Web-сайта». Оформление в виде пояснительной записки. Анализ проектной ситуации. Выявление проблемы. Определение круга пользователей и потребителей. Проектная концепция. Требования к проекту сайта. Критерии оценки проекта

#### **Критерии оценивания.**

- соответствие содержания творческой работы заявленной тематике
- актуальность конкурсной работы
- полнота и образность раскрытия темы
- глубина содержания и уровень раскрытия темы
- творческая индивидуальность
- оригинальность идеи, новаторство, творческий подход
- перспективность внедрения в практику
- выраженность гражданской позиции
- выразительность применяемых методов
- социальная значимость

Суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

### **6.1.3 семестр 6 | Доклад**

#### **Описание процедуры.**

Во время обучения в вузе студент должен выполнять различные виды работ, одной из них является доклад. Он является самым первым самостоятельным опытом исследования для студента. После доклада следуют рефераты, курсовые, дипломные и магистерские работы. Определение доклада Доклад представляет собой научно-исследовательскую работу, автор которой раскрывает суть исследуемой темы, рассматривает ее со всех точек зрения и высказывает собственный взгляд на проблему. Доклад бывает двух видов – устный и письменный. Однако не зависимо от его вида, в докладе должны сочетаться три качества исследователя – умение провести анализ и преподнести результаты исследования, а также ответить на поставленные вопросы.

Чтобы написать полноценный и качественный доклад студент должен придерживаться следующего плана работы: Прежде всего, необходимо подобрать и проанализировать источники по теме. Рекомендуется для работы использовать около 8-10 источников. Затем следует составить библиографию и приступить к обработке и систематизации материала, а также подготовке выводов и обобщений. Следующим этапом будет составление плана доклада и его написания. Завершающий шаг – публичное выступление.

При подготовке докладов-презентаций – исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой. Ориентированы на индивидуальное интеллектуальное и творческое развитие. Также выступает как одна из форм групповой работы по: - единой проблеме и одинаковым вопросам; - различным проблемам; - общей проблеме, но различным ее аспектам. Направлены на фиксацию, рецензирование, систематизацию, демонстрацию фактического материала и составление суждения с последующим обсуждением в группе. При анализе данных вопросов и при раскрытии их в эссе необходимо учитывать структуру эссе. Обозначить актуальность поставленной проблемы, ее значимость в настоящее время. Раскрыть основное содержание, приводя конкретные примеры российской и зарубежной рекламы. Сделать вывод.

Темы докладов:

- 1 Опишите принцип представления растровых изображений, их достоинства и недостатки.
- 2 Назовите программы, работающие с растровой графикой, их особенности, отличия.
- 3 Опишите принцип представления векторных изображений, их достоинства и недостатки.
- 4 Что такое кривая Безье, опишите ее составляющие, покажите на схеме.
- 5 Назовите программы, работающие с векторной графикой, их особенности, отличия.
- 6 Опишите принцип представления 3D изображений, их достоинства и недостатки.
- 7 Назовите программы, работающие с 3D-графикой, их особенности, отличия.
- 8 Назовите специализированные графические редакторы, которые вы знаете, опишите их назначение и основные функции.

### **Критерии оценивания.**

Система оценивания предназначена для комплексной проверки уровня овладения знаниями и умениями, продемонстрированными студентами в докладе. Ниже приведены критерии и балльная система оценки, соответствующие традиционной пятибалльной шкале.

Критерии оценивания:

Актуальность и научная ценность темы(0–10 баллов)Насколько правильно выбрана тема, насколько важна и интересна она в контексте дисциплины, представлена ли актуальность и научно-практическая значимость.

Логичность и структура изложения(0–10 баллов)Четкость структуры доклада, логичность

повествования, наличие вступления, основного раздела и заключения.

Объём и глубина теоретического материала(0–10 баллов)Адекватность объёма и количества представленных теоретических положений, фактов и законов, а также глубина раскрытия темы.

Использованная литература и источники(0–10 баллов)Количество и качество использованных источников, соответствие современным научным публикациям и материалам специализированной литературы.

Практическая значимость и прикладные аспекты(0–10 баллов)Наличие выводов и предложений, основанных на анализе реальных рекламных кампаний, полезность полученных результатов для будущей профессиональной деятельности.

Наглядность и оформление(0–10 баллов)Внешнее оформление доклада, наглядность (таблицы, рисунки, схемы), грамотность изложения, адекватность выбранных визуальных средств.

Устное выступление и презентация(0–10 баллов)Умение выступать публично, владеть речью, удерживать внимание аудитории, использование презентационных средств.

Ответы на вопросы(0–10 баллов)Способность быстро и грамотно отвечать на вопросы, демонстрируя глубину знаний и готовность защищать свою позицию.

Суммарная оценка:

Общая сумма баллов по восьми критериям составляет максимум 80 баллов, где каждый критерий оценивается отдельно по 10-балльной шкале.

Затем суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

#### **6.1.4 семестр 6 | Творческое задание**

##### **Описание процедуры.**

Цель выполнения творческого задания состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления, подготовке студентов к самостоятельной научной деятельности, развитии и воспитании широко образованной, культурной, творческой, инициативной и предприимчивой личности. Выполнение творческих заданий позволяет студентам находить необычные решения для поставленных задач, структурировать информацию, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать психологические феномены соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Важнейшим условием развития творчества студентов является совместная с преподавателем исследовательская деятельность. Она возможна лишь тогда, когда решается задача, ответ на которую не знает ни студент, ни преподаватель. В этих условиях задача превращается из учебной в научную или прикладную проблему, что побуждает к творческой деятельности. Особое значение приобретают мотивы самореализации, социальные мотивы, мотивы соревнования и др., для актуализации этих мотивов и формирования внутренней мотивации особое значение имеет личностная включённость преподавателя в совместную деятельность со студентом.

Пример задания:

Проект «Создание тематического Web-сайта». Оформление в виде пояснительной записки. Анализ проектной ситуации. Выявление проблемы. Определение круга

пользователей и потребителей. Проектная концепция. Требования к проекту сайта.  
Критерии оценки проекта

### **Критерии оценивания.**

- соответствие содержания творческой работы заявленной тематике
- актуальность конкурсной работы
- полнота и образность раскрытия темы
- глубина содержания и уровень раскрытия темы
- творческая индивидуальность
- оригинальность идеи, новаторство, творческий подход
- перспективность внедрения в практику
- выраженность гражданской позиции
- выразительность применяемых методов
- социальная значимость

Суммарная оценка конвертируется в традиционную пятибалльную систему:

80–70 баллов → «отлично» (оценка «5»)

69–60 баллов → «хорошо» (оценка «4»)

59–50 баллов → «удовлетворительно» (оценка «3»)

Менее 50 баллов → «неудовлетворительно» (оценка «2»).

## **6.2 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

### **6.2.1 Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенции в рамках промежуточной аттестации**

<b>Индикатор достижения компетенции</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации</b>
ОПК ОС 3.4	Применяет на практике знания основных достижений мировой и отечественной культуры в процессе создания и моделирования коммуникационно-рекламного продукта	Устный опрос и/или тестирование
ОПК ОС-7.3	Способен разработать рекламное сообщение с учетом требований и норм профессиональной сферы учитывая социальные и правовые нормы и требования к продукту деятельности.	Устный опрос и/или тестирование

### **6.2.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации**

#### **6.2.2.1 Семестр 5, Типовые оценочные средства для проведения зачета по дисциплине**

### 6.2.2.1.1 Описание процедуры

Перечень теоретических вопросов и заданий для подготовки к зачету выдается студентам за 1 месяц до промежуточной аттестации.

К зачету допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины (включая все практические работы).

Зачет проводится на последнем или предпоследнем занятии.

Если студент имеет за зачет оценку «неудовлетворительно», то положительная итоговая оценка по предмету не выставляется.

Оценка за зачет является определяющей для выставления итоговой оценки по предмету, но не окончательной.

Студентам, отсутствующим во время проведения зачета, итоговая оценка по предмету может быть выставлена по оценкам текущей успеваемости при условии, что он полностью выполнил учебную программу.

Студенты, отсутствующие во время проведения зачета или получившие оценку «неудовлетворительно», сдают зачет во внеурочное время.

К зачету по дисциплине допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины.

Вопросы к зачету

2. Виды рекламы с точки зрения органов чувств человека, на которые она воздействует.
3. Средства создания различных видов рекламы.
4. Средства распространения рекламы.
5. Функции рекламы.
6. Деление рекламы по целевому назначению.
7. Основные художественно-изобразительные средства.
8. Язык изобразительной рекламы и его специфика.
9. Композиция в рекламном плакате.
10. Пространство в рекламном плакате.
11. Что такое "Золотое сечение"?
12. Художественный образ в рекламе.
13. Знак, символ, эмблема.
14. Текст в рекламе.
15. Шрифт в рекламе.
16. Цвет в рекламе.
17. Критерии оценки изобразительной рекламы.
18. Действенность и эффективность рекламы.
19. Фотография и ее средства.
20. Дизайн: определение, сущность. Применение дизайна в рекламном обращении.

### 6.2.2.1.2 Критерии оценивания

<b>Зачтено</b>	<b>Не зачтено</b>
Знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Умеет логически верно и ясно строить	Не знает основной материал предполагаемый курсом и рабочей программой данной дисциплины в области анализа и разработки концепта рекламной продукции; не знает сущность и значение массовой коммуникации в развитии современного информационного общества; Не умеет логически верно и ясно строить

<p>устный и письменный ответ; умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач;</p> <p>Владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации; владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации в области рекламных материалов.</p>	<p>устный и письменный ответ; Не умеет использовать основные знания при решении социальных и профессиональных задач;</p> <p>не владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки рекламной информации;</p> <p>Не владеет культурой мышления, вырабатывать способность к обобщению и восприятию информации в области рекламных материалов.</p>
--	--

### 6.2.2.2 Семестр 6, Типовые оценочные средства для проведения экзамена по дисциплине

#### 6.2.2.2.1 Описание процедуры

Перечень теоретических вопросов и заданий для подготовки к экзамену выдается студентам за 1 месяц до промежуточной аттестации.

К экзамену допускаются студенты, полностью выполнившие учебную программу дисциплины (включая все практические работы).

Если студент имеет за зачет оценку «неудовлетворительно», то положительная итоговая оценка по предмету не выставляется.

Устный экзамен по дисциплине проводится в соответствии с государственными общеобразовательными стандартами. Экзамен проводится и использованием комплекта билетов. Количество билетов должно превышать количество учащихся в группе.

Экзаменационные билеты должны содержать два теоретических вопроса и задачу.

Расположив на столе экзаменационные билеты в произвольном порядке, преподаватель приглашает к столу учащегося. Выбрав билет, учащийся называет вслух его номер.

Преподаватель записывает номер билета в экзаменационную ведомость и выдает учащемуся проштампованный лист для подготовки ответа. Одновременно в аудитории готовится к ответу должны не более 5 человек. Время подготовки к ответу, в зависимости от сложности предмета 20-40 мин. Учащиеся приступают в работе над ответами на билеты. Задача преподавателя на этом этапе контролировать ситуацию. Учащиеся, нарушающие дисциплину (устраивающие переговоры, списывающие и т.д.) лишаются права сдавать экзамен.

Вопросы к экзамену

1. Баухауз - школа мирового классического дизайна.
2. История дизайна в России.
3. История письменности (четыре основных вида).
4. Деление шрифтов на два типа и по начертанию.
5. Элементы букв и надписи.
6. Понятия "кегель", "пункт".
7. Дизайн рекламного обращения.
8. Понятие "оригинал-макет" и требования к нему.
9. Требования к дизайну рекламного обращения.
10. Композиционное построение текста рекламного обращения.
11. Макетирование и модульная сетка.

12. Что такое "Модуль" Ле Корбюзье?
13. Американский дизайн.
14. Место изобразительной рекламы и дизайна в искусстве.
15. Основные направления и виды дизайна.
16. Раскройте основные девять сюжетов-схем в рекламе.
17. Современная реклама: стиль, мода, образ жизни.
18. Особенности американского и французского рекламных плакатов.
19. Особенности немецких, английских и японских рекламных плакатов.
20. Побудительные мотивы человеческой деятельности.
21. .Формула действенности рекламы.
22. Основные виды внимания и интереса.
23. .Теория З.Фрейда, психоанализ и реклама.
24. Психология восприятия цвета в рекламе.
25. Функции полушарий человеческого мозга и реклама.
26. Методика оценки изобразительной рекламы.
27. Обработка звука.
28. Основные понятия цифрового видео. Характеристики видеосигнала.
29. Формирование цифрового видеосигнала.
30. Форматы цифрового кодирования и сжатия.
31. Принципы графического дизайна.
32. Графические приемы организации рекламного пространства
33. Основные особенности дизайна брошюры.
34. Основные принципы дизайна логотипа.
35. Графика и мультимедиа в WWW.

#### 6.2.2.2 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительн о	Неудовлетворительно
<p>знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент свободно владеет научными понятиями;</li> <li>• студент способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений</li> </ul>	<p>знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; раскрыто содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• в ответе имеют место несущественные фактические ошибки, которые студент способен исправить самостоятельно,</li> </ul>	<p>знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью содержания билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• программные материал в основном излагается, но допущены фактические ошибки;</li> <li>• ответ носит репродуктивный</li> </ul>	<p>обнаружено незнание студентом существенной части материала дисциплины;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно;</li> </ul> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>

<p>существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете;</li> <li>ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью студента;</li> <li>ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики;</li> <li>студент демонстрирует умение вести диалог и вступать в научную дискуссию.</li> </ul>	<p>благодаря наводящему вопросу;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>ответ прозвучал недостаточно уверенно;</li> <li>студент не смог показать способность к интеграции и адаптации знаний или теории и практики.</li> </ul>	<p>характер;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>студент не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты;</li> <li>нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала;</li> <li>у студента отсутствуют представления о межпредметных связях.</li> </ul>	
---	---	---	--

## 7 Основная учебная литература

1. Ширшков И. А. Термины и понятия дизайна : учеб. пособие для вузов по специальности 052400 "Дизайн" / И. А. Ширшков, 2002. - 80.
2. Марков В. И. Начала композиционно-графического моделирования : учебное пособие по специальности "Архитектура", "Дизайн архитектурной среды", "Реставрация и реконструкция архитектурного наследия" / В. И. Марков, 2003. - 109.
3. Ковешникова Н. А. Дизайн: история и теория : учеб. пособие для архитектур. и дизайн. специальностей / Н. А. Ковешникова, 2007. - 223.

## 8 Дополнительная учебная литература и справочная

1. Ульяновский Андрей Владимирович. Мифодизайн рекламы / Андрей Владимирович Ульяновский, 1995. - 300.
2. Волкова Вера Витальевна. Дизайн рекламы : учеб. пособие / Вера Витальевна Волкова, 1999. - 142.

3. Технология упаковочного производства : по специальности "Технология и дизайн упаковоч. пр-ва" направления подгот. дипломир. специалистов "Технология полигр. и упаковоч. пр-ва" / Т. И. Аксенова [и др.], 2002. - 183.

4. Леонтьев Б. К. Web-дизайн: хитрости и тонкости / Борис Леонтьев, 2001. - 223.

5. Шнейдеров Виталий. Фотография, реклама, дизайн на компьютере / Виталий Шнейдеров, 2002. - 320.

## **9 Ресурсы сети Интернет**

1. <http://library.istu.edu/>

2. <https://e.lanbook.com/>

## **10 Профессиональные базы данных**

1. <http://new.fips.ru/>

2. <http://www1.fips.ru/>

## **11 Перечень информационных технологий, лицензионных и свободно распространяемых специализированных программных средств, информационных справочных систем**

1. Microsoft Windows Seven Professional (Microsoft Windows Seven Starter) - Seven, Vista, XP\_prof\_64, XP\_prof\_32 - поставка 2010

2. Microsoft Windows Seven Professional [1x100] RUS (проведен апгрейд с Microsoft Windows Seven Starter [1x100]) - поставка 2010

## **12 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

1. Мультиим.проектор ViewSonic PJ406D

2. ноутбук Samsung CEL M440 1.86/1024/120