

**Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет визуальных искусств
КАФЕДРА ДИЗАЙНА**

Рабочая программа дисциплины

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ

Направление подготовки
54.04.01 Дизайн

Направленность (профиль) подготовки
«Графический дизайн»

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная, заочная

Кемерово, 2025

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.04.01 Дизайн, профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «Магистр».

Утверждена на заседании кафедры дизайна и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная информационно-образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru> 31.08.2020, протокол №1.

Переутверждена на заседании кафедры дизайна 31.08.2021 г., протокол № 1.

Переутверждена на заседании кафедры дизайна 31.08.2022 г., протокол № 1.

Переутверждена на заседании кафедры дизайна 25.05.2023 г., протокол № 10.

Переутверждена на заседании кафедры дизайна 27.05.2024г., протокол № 10.

Переутверждена на заседании кафедры дизайна 22.04.2025 г., протокол № 10.

Алексеев, А.Г. Графический дизайн в рекламе: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника – «магистр». / А. Г. Алексеев.– Кемерово: КемГИК, 2025. – 15 с.– Текст : непосредственный.

Автор:
доцент А.Г. Алексеев

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы магистратуры
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы
4. Объем, структура и содержание дисциплины
 - 4.1. Объем дисциплины (модуля)
 - 4.2. Структура дисциплины (очная форма обучения)
 - 4.3. Структура дисциплины (заочная форма обучения)
 - 4.4. Содержание дисциплины
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии
 - 5.1 Образовательные технологии
 - 5.2 Информационно-коммуникационные технологии обучения
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы (СР) обучающихся
 - 6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СР
 - 6.2. Примерная тематика рефератов / курсовых работ / учебных проектов
 - 6.3. Методические указания для обучающихся по организации СР
7. Фонд оценочных средств
 - 7.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости
 - 7.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 9.1. Основная литература
 - 9.2. Дополнительная литература
 - 9.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - 9.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы
10. Материально-техническое обеспечение дисциплины
11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. Цель освоения дисциплины

- развитие визуального художественного мышления обучающихся в процессе концептуального и художественно-образного проектирования рекламы.
- овладение технологией художественного проектирования графических компонентов рекламы;
- формирование профессиональных умений графической интерпретации идеи рекламного сообщения и ее воплощения в художественном образе.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Графический дизайн в рекламе» входит в вариативную часть образовательной программы по направлению 54.04.01 «Дизайн».

Для освоения дисциплины «Графический дизайн в рекламе» необходимы знания, умения и компетенции, сформированные в результате изучения студентами следующих дисциплин:

- история искусств, академический рисунок, академическая живопись, академическая скульптура и пластическое моделирование;
- проектирование, компьютерная графика, декоративная графика, методика преподавания изобразительного искусства и дизайна;

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

- способностью разрабатывать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, рекламы и полиграфии. (ПК-2);
- способностью осуществлять авторский надзор за исполнением в производстве дизайн-проектов систем графического дизайна. (ПК-5);

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные принципы правильной организации рабочего места (З1);
- оптимальные способы продвижения продукта на рынке услуг. (З-2);

уметь:

- осуществлять авторский надзор и проводить процедуры консультационного характера (У-1);

владеть:

- навыками проведения опытно-конструкторских работ (В-1);
- методами авторского надзора, способами продвижения продукта на рынке услуг. (В-2);

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника

Профессиональный стандарт	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
Профессиональный стандарт 11.013 «Графический дизайнер»: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от	Разработка систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	Проведение предпроектных дизайнерских исследований
		Разработка и согласование с заказчиком проектного задания на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
		Концептуальная и художественно-

17.01.2017 г. № 40н		техническая разработка дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
		Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
	Руководство деятельностью по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	Планирование работ по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
		Организация работ по выполнению дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
		Контроль изготовления в производстве дизайн-проектов объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

4. Объем, структура и содержание дисциплины «Графический дизайн в рекламе»

4.1. Объем дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины на очной и заочной форме обучения составляет 6 зачетных единиц, 144 академических часов.

На очной форме обучения 28 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 44 часа - самостоятельная работа обучающихся, 12 часов – подготовка к экзаменам. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% от контактной (аудиторной) работы или 14 часов за период обучения по дисциплине.

На заочной форме обучения 6 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 66 часов - самостоятельная работа обучающихся, 4 часа – подготовка к экзаменам. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет 50% от контактной (аудиторной) работы или 3 часа за период обучения по дисциплине.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Структура дисциплины

очная форма обучения

№/ №	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)							
			ЗЕ	Всего	Лекции	Семинарские/	Контроль	Индив. занятия	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	СР

1.1	Раздел 1.Реклама в социальных сетях. SEOи контекстная реклама	3	2	72	6	20	--	2	Мультимедийная презентация – 8*	44
	Итого:	3	2	72	6	20	--	2	8*	44

4.3. Структура дисциплины

Заочная форма обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа, в том числе 14 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 44 час - самостоятельная работа обучающихся. 8 часа (9%) аудиторной работы проводится в интерактивных формах.зачет во 2 сем.

№/№	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)							
			ЗЕ	Всего	Лекции	Семинарские /	Контроль	Индив. занятия	В т.ч. ауд. занятия в интер.форме*	СР
1.1.	Раздел 1. Реклама в социальных сетях. SEOи контекстная реклама	3	2	72	2	12	--	-	Мультимедийная презентация – 8*	66
	Итого:	3	2	72	2	12	--	-	8*	66

4.2 Содержание дисциплины

Содержание дисциплины	Результаты обучения	Виды средств; формы контроля, промежуточной аттестации
Раздел 1.Реклама в социальных сетях. SEO-реклама		
1.1 Реклама в социальных сетях. SEO-реклама SEO и контекстная реклама. Инструменты улучшения контента сайта. Составления списка продвигаемых запросов. Анализ поведения пользователей на сайте и на страницах результатов выдачи. Правильное размещение статей («гостевые посты», публикация в СМИ). Создание и ведение блогов.	Формируемые компетенции:• -способностью разрабатывать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, рекламы и полиграфии.(ПК-2); -способностью осуществлять авторский надзор за исполнением в производстве дизайн-проектов систем графического дизайна.(ПК-5); В результате изучения раздела курса студент должен знать основные принципы правильной организации рабочего места (31); оптимальные способы продвижения продукта на рынке услуг (32); уметь осуществлять авторский надзор и	Защита учебно-творческих дизайн-проектов, мультимедийная презентация экзаменационный просмотр

		проводить процедуры консультационного характера (У1); владеть навыками проведения опытно-конструкторских работ (В1); методами авторского надзора, способами продвижения продукта на рынке услуг (В2);	
--	--	---	--

Указываются виды оценочных средств и формы контроля во взаимосвязи с результатами освоения ОП (формируемыми компетенциями) и результатами обучения (знаниями, умениями, владениями).

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1 Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины **Графический дизайн в рекламе** используются следующие образовательные технологии:

- традиционные технологии (изложение лекционного материала, практическое занятие, индивидуальное занятие);
- интерактивные технологии (получение технического задания и наглядного материала посредством электронного сообщения);
- мультимедийные и информационно-коммуникационные технологии (просмотр обучающих видео-программ, слайд-презентаций, использование интернет-ресурсов, компьютерное тестирование, применение программ графического проектирования);
- технология «Мозгового штурма» (активное обсуждение проблемы всеми участниками занятия для выявления наиболее рациональных способов решения поставленной задачи).

5.2 Информационно-коммуникационные технологии

В процессе работы над проектами студенты применяют **мультимедийные электронные презентации**. Применение **презентаций** осуществляется в трех направлениях: 1) как учебно-наглядный ресурс преподавателя на лекционных, практических и индивидуальных занятиях; 2) как доступный для всех студентов учебно-наглядный ресурс в электронной образовательной среде КемГИК; 3) как форма фиксации теоретических и практических разработок студентов, с которыми они выступают на защите дизайн-проектов, выпускных квалификационных работ, на презентациях и научных конференциях (web-адрес <http://edu.kemguki.ru/>).

При разработке дизайн-проектов часто возникает необходимость получения дополнительной информации и изучения различного рода аналогов. Для этого в лабораториях кафедры дизайна есть постоянный выход в сеть Интернет.

Для создания своих проектов студенты используют программы двухмерного и трехмерного проектирования.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для СР обучающихся

Организационные ресурсы

- Положение об учебно-творческих работах студентов

Учебно-программные ресурсы

- Рабочая программа дисциплины

Учебно-теоретические ресурсы

- Учебное пособие

Учебно-практические ресурсы

- Сборники творческих работ

Учебно-методические ресурсы

- Методические указания по выполнению самостоятельной работы
- Методические указания по выполнению курсовых проектов

Учебно-справочные ресурсы

- Учебный терминологический словарь

Учебно-наглядные ресурсы

- Электронные презентации
- Альбом с образцами учебно-творческих работ

Учебно-библиографические ресурсы

- Список рекомендуемой литературы

Средства диагностики и контроля

- Примерная тематика курсовых проектов
- Контрольные вопросы
- Тестовые задания
- Портфолио

Данные ресурсы размещены в «Электронной образовательной среде КемГИК» (web-адрес <http://edu.kemguki.ru/>).

6.2. Примерная тематика практических работ

1. анализ алгоритмов ранжирования поисковых систем, для выявления ключевых факторов ранжирования, отслеживание нововведений поисковиков;
2. анализ текущего спроса (статистики поисковых запросов, заходов на сайты в тематике);
3. составление списка продвигаемых запросов (семантического ядра);
4. работы по улучшению самого сайта (внутренняя оптимизация);
5. работы по увеличению цитирования сайта и числу его упоминаний в сети (внешняя оптимизация);
6. работы по анализу поведения пользователей на сайте и на страницах результатов выдачи (улучшение поведенческих факторов);
7. отслеживание результатов (позиции по целевым запросам, трафика) и внесение корректировок в текущую схему работы
8. возраст сайта (критерий доверия к сайту со стороны поисковой системы);
9. число сайтов, которые активно продвигаются в данной тематике (критерий «плотности» результатов выдачи);
10. общий трафик на сайте (критерий оценки полезности сайта для пользователей);
11. число и качество ресурсов, которые ссылаются на продвигаемый сайт (критерий авторитетности ресурса);
12. количество релевантных запросу документов на сайте (оценка соответствия тематики сайта поисковому запросу);
13. организация рабочего процесса и отчетности, за счет инструментов автоматизации время на механические операции в SEO — существенно сокращается (PromoPult / SeoPult, Пиксель Тулс и другие).

6.3. Методические указания для обучающихся по организации СР

Выполнение дизайн-проектов предусматривает самостоятельную работу по сбору фактического и иллюстративного материала, его теоретической интерпретации, по разработке проектных вариантов.

Самостоятельная работа может проходить как в письменной форме, так и в виде создания проектов, включающих в себя работу по поиску аналогов, поиску идей, разработки художественных форм. В любом случае основной задачей является создание ясного образа, дающего четкое представление о предмете проектирования.

Содержание самостоятельной работы обучающихся

Темы для самостоятельной работы обучающихся	Количество часов		Виды заданий и содержание самостоятельной работы
	Для очной формы обучения	Для заочной формы обучения	
Раздел 1.			
Раздел 1. Реклама в социальных сетях. SEOи контекстная реклама	44	66	Обоснование и защита проектных разработок, мультимедийная презентация

7. Фонд оценочных средств

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде <https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=3360&sesskey=ffvN5BGOEb> и на сайте КемГИК <https://kemgik.ru/>.

7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости.

Для оценки качества усвоения дисциплины «Графический дизайн в рекламе» используются следующие формы контроля:

Текущий – контроль по выполнению практического задания и домашних практических работ и других заданий (форма – текущий просмотр, анализ работ, тестовые задания и др.).

В течение каждого учебного семестра по окончании выполнения учебного проекта или задания проводится текущий просмотр и анализ выполненных работ в соответствии с учебными задачами.

Примерные тестовые задания и шкала оценивания представлены в электронной информационно-образовательной среде КемГИК.

7.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины графический дизайн в рекламе.

В течение каждого учебного семестра по окончании выполнения задания проводится текущий просмотр и анализ выполненных работ в соответствии с учебными задачами.

7.2.1. Контрольные вопросы для промежуточной аттестации

1. регистрация в самостоятельных каталогах. Она может осуществляться вручную либо с помощью специальных ресурсов;
2. регистрация в каталогах поисковых систем таких как: Яндекс. Каталог, Рамблер/Топ100, каталог Yahoo и другие;
3. обмен ссылками. Существуют несколько способов обмена — прямой, кольцевой, односторонний (покупка ссылок);
4. регистрация в сервисах: Google Мой Бизнес^[3] и Яндекс. Справочник;
5. размещение статей («гостевые посты», публикация в СМИ);
6. социальные сети;
7. пресс-релизы;
8. крауд-маркетинг;
9. создание и ведение блогов;
10. создание сети сайтов («сателлиты»), используемых для увеличения количества упоминаний и ссылок в поисковой выдаче. Данный метод продвижения сайтов относится к «черным». Поисковые системы не советуют использовать подобные методы оптимизации и могут принять санкции в отношении таких сайтов.

7.2.2. Дизайн-проект графического наполнения рекламной кампании

Дизайн-проект – это способ планирования, накопления, фиксации, самооценки и оценки индивидуальных достижений обучающегося в профессиональной сфере.

Дизайн-проект как альтернативный по отношению к традиционным формам экзамена способ оценивания позволяет:

- Представить рекламные материалы с использованием графического языка;
- Совместить текстовое описание с графическими образами и фотоматериалами в единой стилистической манере;
- Наиболее объективно оценить профессиональные навыки обучающегося как в плане идейного содержания так и с точки зрения дизайна;
- Комплексно оценить творческие навыки обучающегося.

Задание: разработать дизайн-проект графического наполнения рекламной кампании, содержащее:

- 1) рекламные плакаты: вертикальный в пропорции 1,5 и горизонтальный в пропорции 2:1;
- 2) фотомонтаж рекламной инсталляции в городской среде;
- 3) рекламный тизер;
- 4) цветной и ч/б логотипы компании;
- 5) подробное описание основной идеи и принципов воздействия рекламных материалов на зрителя;
- 6) нестандартный рекламный носитель;
- 7) фотоматериалы, отснятые для создания рекламных плакатов;
- 8) рекламный слоган.

Обеспечивающие средства: тексты с описанием основной идеи, рекламные плакаты с использованием фотоматериалов, выполненных автором, фотомонтажные изображения, компьютерная верстка материалов.

Оформление результатов: дизайн-проект представляется на двух листах формата А3, выполненных полиграфическим способом с оригинальным дизайном автора в цветном исполнении.

В составе дизайн-проекта должны присутствовать:

1. Логотип компании.
 2. Рекламный слоган.
 3. Рекламные плакаты (вертикальный в пропорции 1,5 и горизонтальный 1:2)
 4. Тизеры (объекты в городской среде, баннеры)
 5. Нестандартные носители (фотомонтаж)
 6. Описание основной идеи проекта, цветов фирменного стиля, стилевых образующих логотипа, оценка эффективности кампании (по какой причине данный проект может привлечь внимание зрителя).
 7. Изображения, появляющиеся после этапа демонстрации тизеров.
 8. Кодировка цветов логотипа (применение инструмента "Цветовая пипетка" в CorelDraw)
- Расположение объектов в листах может меняться по усмотрению автора.

7.2.3. Критерии оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

7.2.3.1. ПАРАМЕТРЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

учебно-творческих дизайн-проектов

1. Интегративные параметры и критерии

Параметры	Критерии
1. Концептуальность	1. Выбор концептуальных подходов к проектированию 2. Адекватность концептуального подбора решаемой проектной задаче 3. Наличие продуктивной проектной идеи 4. Логика обоснования идеи

2. Образность	1. Оригинальность художественного образа 2. Соответствие образа для воплощения проектной идеи 3. Адекватность художественного образа решаемой проектной задаче
3. Стилиевое единство	1. Общность изобразительной стилистики 2. Общность художественных средств для выражения авторской идеи 3. Наличие авторского стиля

2. Художественно-выразительные параметры и критерии

Параметры	Критерии
1. Композиция	1. Соответствие композиции решению проектной задачи (динамика, статика и т.п.) 2. Адекватное использование средств композиции (доминанта, ритм, контраст и др.) 3. Гармонизация форм и создание единого целого произведения
2. Графика	1. Соответствие графического решения проектному замыслу 2. Оригинальность авторской графики 3. Грамотное применение изобразительно-выразительных средств графики
3. Колористика	1. Соответствие колористического решения проектному замыслу 2. Адекватное использование функций цвета (семантической, символической, сигнальной, декоративной и др.) 3. Грамотное применение цветовых гармоний
4. Техника исполнения	1. Техника исполнения ручной авторской графики 2. Техника создания фотографии 3. Владение выразительными приемами компьютерной графики

3. Мотивационные параметры и критерии

Параметры	Критерии
1. Генерирование идей	1. Активность и вариативность в поиске идей 2. Оригинальность предлагаемых идей 3. Логика обоснования идей
2. Поиск способов формообразования	1. Активность и вариативность в поиске форм выражения идей 2. Оригинальность предлагаемых способов формообразования
3. Систематичность и самостоятельность в проектной работе	1. Систематичность и последовательность в проектной работе 2. Степень самостоятельности предлагаемых проектных решений 3. Нацеленность на творческий результат

Методика оценивания

Выполняемые студентами учебно-творческие дизайн-проекты оцениваются по каждому из 30 представленных критериев по 4-хбальной шкале: 5, 4, 3, 2 балла. Максимальное количество баллов за выполненную работу составляет 150, при условии, что по каждому из 30 критериев работа оценена на 5 баллов.

В зависимости от сложности дизайн-проекта, вида контроля (текущий, промежуточный, итоговый), оперативности контроля могут быть применены 2 варианта оценивания.

Вариант полного оценивания по всем 30 критериям:

Количество баллов	Оценка	Примечание
150 – 136	отлично	Нижнее значение оценки: 5 баллов по 16 критериям, 4 балла по 14 критериям
135 – 106	хорошо	Нижнее значение оценки: 4 балла по 16 критериям, 3 балла по 14 критериям
105 - 80	удовлетворительно	Нижнее значение оценки: 3 балла по 20 наиболее значимым критериям
Менее 80	неудовлетворительно	

Вариант упрощенного оценивания по 10 параметрам:

Количество баллов	Оценка	Примечание
50 - 46	отлично	Нижнее значение оценки: 5 баллов по 6 параметрам , 4 балла по 4 параметрам
45 - 36	хорошо	Нижнее значение оценки: 4 балла по 6 параметрам , 3 балла по 4 параметрам
35 - 27	удовлетворительно	Нижнее значение оценки: 3 балла по 7 наиболее значимым параметрам
Менее 27	неудовлетворительно	

7.2.3.2. Критерии оценки теоретических вопросов:

Оценка «отлично» - за глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твёрдое знание основных положений смежных дисциплин: знание истории, теории и технологии дизайна; за логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы.

Оценка «хорошо» - за твёрдые и достаточно полные знания всего программного материала, правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам.

Оценка «удовлетворительно» - за знание и понимание основных вопросов программы; в целом правильные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора; недостаточное использование при ответах на вопросы основной рекомендованной литературы.

Оценка «неудовлетворительно» - за неправильный ответ на вопрос и дополнительные вопросы по данному направлению, грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов.

7.2.3.3. Критерии оценки рекламного дизайн-проекта:

Оценка «отлично» - полнота и высокое качество, представленных работ; оригинальность идеи, представленная графическим языком, соответствующим тематике работы; композиционное равновесие; полнота и детальность описания основной идеи; соответствие стилистики и художественных образов тематике задания.

Оценка «хорошо» - полнота и хорошее качество, представленных работ; оригинальность идеи, представленная графическим языком, соответствующим тематике работы; композиционное равновесие; полнота описания основной идеи; соответствие стилистики и художественных образов тематике задания.

Оценка «удовлетворительно» - недостаточная полнота и качество, представленных работ; оригинальность идеи, представленная графическим языком, соответствующим тематике работы; композиционное равновесие; полнота описания основной идеи; соответствие стилистики и художественных образов тематике задания.

Оценка «неудовлетворительно» - недостаточная полнота и качество, представленных работ; отсутствие оригинальной идеи; отсутствие композиционного равновесия; низкое качество описания основной идеи; несоответствие стилистики и художественных образов тематике задания.

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для более глубокого осмысления поставленной задачи, студенты не только прослушивают лекции, но и участвуют в разработке рекламных кампаний, а также создают их графическое наполнение. Подобная практика необходима для того, чтобы студент участвовал в создании проекта не только как разработчик, но и как непосредственный исполнитель. При подобном подходе можно заранее предположить какие вопросы могут

возникать в реальной жизни. Занятия с практической направленностью помогают скорейшей подготовке студента к работе в профессиональной среде.

Большая часть теоретического курса основана на тех аспектах рекламы, в которых наиболее полно раскрывается суть графического дизайна. Изучаются все возможные визуальные и визуально-динамические рекламные носители. Поэтому студентам необходимо глубокое изучение таких предметов как «Фотографика», «Технологии полиграфии», «Компьютерные моделирование».

На практических занятиях много внимания уделяется разработке новых идей и визуальных образов, применяется технология мозгового штурма, широко применяющаяся в крупных рекламных агентствах. Подобный подход развивает способность отдельного человека работать в команде, что крайне важно в современном мире.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

9.1. Основная литература:

1. 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 ; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово: Кемеров. гос. и-нт культуры, 2016. – 150 с.: ил.- Текст : непосредственный.
2. Бердников, И.П. PR-коммуникации : учебное пособие / И.П. Бердников, – М.: Дашков и Ко, 2010. – 105 с. - Текст : непосредственный.
3. Казакова, М. Реклама : учебное пособие / Казакова М. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 78 с. - Текст : непосредственный.

9.2. Дополнительная литература

1. Егоров, В.П. Рекламная деятельность на товарном рынке. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 137 с.- Текст : непосредственный.
2. Мандель, Б. Р. Социальная реклама : учебное пособие / Б.Р.Мандель. – М.: Литера, 2010. – 310 с.- Текст : непосредственный.
3. Мортень, К.В. PR в шоу-бизнесе. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 88 с.- Текст : непосредственный.
4. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 80 с.- Текст : непосредственный.
5. Поставская, Я.А. PR фирмы. Внутренние мероприятия и корпоративная культура для формирования имиджа и повышения эффективности работы.- М.: Лаборатория книги, 2010. – 165 с.- Текст : непосредственный.

9.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Верстка и дизайн: обучение работе с программами.-М.: Новая школа, 2008.-1 электр.опт.диск (DVD-ROM).– Текст : электронный.
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: база данных – Электрон.дан. – Москва: ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2005-2018. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
3. Федеральный портал «Российское образование» : электрон.информ. портал. – Электрон.дан. – Москва: ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», 2002-2018. – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>. – Текст : электронный.
4. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» : электрон.информ. портал – Электрон. дан. – Москва, 2001-2018. – Режим доступа: - <http://biblioclub.ru/>. – Текст : электронный.

9.4. Программное обеспечение

лицензионное программное обеспечение:

- операционная система MS Windows (10, 8,7, XP);
- офисный пакет Microsoft Office (MS Word, MS Office Power Point);
- антивирусные программные средства Kaspersky Endpoint Security для Windows.
- графические редакторы Adobe CS6 Master Collection, CorelDRAW Graphics Suite X6.

информационные справочные системы:

- Консультант Плюс.

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лаборатория дизайна и компьютерной графики, оснащенные компьютерами с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, экран, широкоформатный телевизор, ноутбук.

Наличие электронного информационного фонда визуальных материалов по разделам и темам дисциплины.

11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья с нарушением опорно-двигательного аппарата имеется возможность посещать занятия в инвалидной коляске в аудиториях кафедры, которые находятся на 1-м этаже корпуса №2 КемГИК.

Применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: при необходимости натурные зарисовки могут быть заменены на работы, выполненные с помощью компьютера и наоборот.

Исходя из доступности для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются следующие методы обучения:

- дистанционные методы (максимальное использование возможностей ЭОС КемГИК при получении учебного задания, консультаций и сдачи проекта);
- метод визуализации идеи при подготовке дизайн-проекта с предоставлением нескольких вариантов графического решения;
- метод концептуализации образа при возникновении трудностей с разработкой концепции проекта и его основных идей.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - установлены адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения - задания предлагаются с укрупненным шрифтом;
- для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ;
- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - двигательные формы оценочных средств - заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности.

При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

Перечень ключевых слов

Афиша

Баннер

Буклет

Беклайт

Биллборд

Блазон

Брендмауэр

Брэндинг

Бэкграундер

Выставка

Графика

Графический комплекс

Дизайн-концепция

Заголовок

Идея

Икотип и логотип

Кегль

Каптал

Кернинг

Киберскворттинг

Китч
Компиляция
Компьютерная графика
Контрформа
Контент
Копирайт
Малые формы полиграфии
Макет
Мудборд
Плакат
Призматрон (Тривижн)
Продаксплейсмент
Реклама

Стайлинг
Стилизация
Сити-лайт
Скроллер
Слайд
Тизер
Упаковка
Фирменный стиль
Фирменный знак
Фолдер
Форэскиз
Этикетка
Эхо-фраз