

**Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет визуальных искусств
Кафедра дизайна**

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки
54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки
«Графический дизайн»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Кемерово, 2025

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника «Бакалавр».

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> 31.08.2021, 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 27.05.2024 г., протокол № 10.

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

Алексеев, А.Г. Организация проектной деятельности: рабочая программа дисциплины по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», профиль «Графический дизайн», квалификация (степень) выпускника – «бакалавр» / авт.-сост. А.Г. Алексеев. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2025. – 18 с. – Текст: непосредственный.

*Автор-составитель:
доцент Алексеев А.Г.*

Содержание рабочей программы дисциплины

- 1. Цели освоения дисциплины**
- 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы бакалавриата**
- 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**
- 4. Объем, структура и содержание дисциплины**
 - 4.1. Объем дисциплины (модуля)**
 - 4.2. Структура дисциплины (очная форма обучения)**
 - 4.3. Структура дисциплины (очно-заочная форма обучения)**
 - 4.2. 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

- Формирование умений практического применения знаний, полученных в результате изучения смежных предметов проектирования, при решении проектных задач;
- Формирование художественно-образного мышления и художественно-творческой культуры дизайнера.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Организация проектной деятельности» входит в вариативную часть образовательной программы по направлению 54.03.01 «Дизайн» и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Организация проектной деятельности» необходимы знания, умения и компетенции, сформированные в результате изучения студентами следующих дисциплин: «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.

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Организаторская деятельность	ОПК-5. Способен организовывать, проводить и участвовать в выставках, конкурсах, фестивалях и других творческих мероприятиях	ОПК-5.1. Знать: назначение и особенности организации экспозиций и творческих мероприятий на основе инновационных идей. ОПК-5.2. Уметь: разрабатывать программу инновационного художественно-творческого мероприятия и комплекс визуального художественно-графического его сопровождения; принимать участие в творческом мероприятии в качестве автора произведений искусства и дизайна. ОПК-5.3. Владеть: навыками формирования экспозиционных площадок и организации творческих проектов для представления экспериментальных и инновационных идей.

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 17.01.2017 г. № 40н	Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
		Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
		Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **4** зачетных единиц, **144** академических часов.

Для студентов очной формы обучения предусмотрено 135 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися (16 часов лекций, 38 часов – практических занятий) и 59 часа самостоятельной работы. 72 часов (50%) аудиторной работы проводится в интерактивных формах.

Для студентов очно-заочной формы предусмотрено 27 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися (4 часа лекций, 10 часов – практических занятий) и 117 часа самостоятельной работы. 72 часа 50 % аудиторной работы проводится в интерактивных формах.

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

№ п/п	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)							СР
			ЗЕ	Всего	Лекции	Практические занятия	Контроль	Индивидуальные занятия	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	
1	Раздел 1. Организационны е основы проектной деятельности	5	2	72	10	24	-	2	Дискуссия – 8* Доклад – 10*	36
2	Раздел 2. Специфика работы рекламного агентства	6	2	72	6	14	Экз 27	2	Мультимедийная презентация творческих работ – 12*	23
	Итого:		4	144	16*	38*	36	4	30*в интеракт. форме	50

4.3. Структура дисциплины

Очно-заочная форма обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, в том числе: 18 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 117 часов - самостоятельная работа обучающихся. 9 часов (50%) аудиторной работы проводится в интерактивных формах.

№ п/п	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)							
			ЗЕ	Всего	Лекции	Практические занятия	Контроль	Индивидуальные занятия	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	СР
1	Раздел 1. Организационны е основы проектной деятельности	7	2	72	4	2	- зач ет	2	Дискуссия – 2* Доклад – 3*	64
2	Раздел 2. Специфика работы рекламного агентства	8	2	72	-	8	ЭКЗ 9	2	Мультимедийная презентация творческих работ – 4*	53
	Итого:	7 -8	4	144	4*	10*	9	4	9*в интерактивной форме	117

4.2 Содержание дисциплины

Содержание	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации
Раздел 1. Организационные основы проектной деятельности		
1.1. Техническое задание Понятие проектирования в Гражданском кодексе. Проект и объект проектирования. Структура технического задания. Техническое предложение, Эскизный проект, Технический проект, Стадии рабочего проекта. Особенности технического задания для дизайнера. 1.2 Профессиональный сленг дизайнера Адаптация англоязычных слов в речи дизайнеров. Специфика профессиональных	Формируемые компетенции: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов (ОПК- 5); В результате изучения раздела студент должен: Знать: назначение и особенности организации экспозиций и творческих мероприятий на основе	Аналитический отчет, собеседование, мультимедийная презентация

жаргонизмов в разных сферах дизайна. 1.3. Международные дизайн – организации Международные школы дизайна. Фестивали и бьеннале. Конкурсы. 1.4. Проблемы современного графического дизайна Модные тенденции и региональная специфика проектирования в графическом дизайне. Соответствия цены и качества в пожеланиях заказчика.	инновационных идей. (ОПК-5.1.) Уметь: разрабатывать программу инновационного художественно-творческого мероприятия и комплекс визуального художественно-графического его сопровождения; принимать участие в творческом мероприятии в качестве автора произведений искусства и дизайна. (ОПК-5.2.) Владеть: навыками формирования экспозиционных площадок и организации творческих проектов для представления экспериментальных и инновационных идей.-способами руководства коллективом в своей профессиональной деятельности (ОПК-5.3.).	
---	---	--

Раздел 2. Специфика работы рекламного агентства

2.1. Заключение договора с рекламным агентством Содержание договора: виды услуг, оказываемых рекламным агентством; объект рекламы; бюджет кампании; предоставление исходных информационных данных, а также объектов рекламы; согласование рекламной программы и креатива; предоставление отчетов; ответственность за нарушение условий договора срок действия договора. 2.2. Структура рекламного агентства Креативный отдел, отдел по работе с заказчиками, отдел исследования и развития, производственный отдел, административно-хозяйственный отдел, другие подразделения агентства. 2.3. Взаимодействие с рекламным агентством Рекламодатель доминирует над агентством, рекламодатель не интересуется работой агентства и контролирует лишь итоговый вариант, рекламодатель работает совместно с агентством для достижения наиболее эффективного решения.	Формируемые компетенции: готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности и принимать управленческие решения на основе нормативных правовых актов (ОПК-5); В результате изучения раздела студент должен: Знать: назначение и особенности организации экспозиций и творческих мероприятий на основе инновационных идей. (ОПК-5.1.) Уметь: разрабатывать программу инновационного художественно-творческого мероприятия и комплекс визуального художественно-графического его сопровождения; принимать участие в творческом мероприятии в качестве автора произведений искусства и дизайна. (ОПК-5.2.) Владеть: навыками формирования экспозиционных площадок и организации творческих проектов для представления экспериментальных и инновационных идей.-способами	Аналитический отчет, собеседование, мультимедийная презентация
--	---	---

	руководства коллективом в своей профессиональной деятельности (ОПК-5.3.).	
--	---	--

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1 Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины 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. Составление технического задания для дизайнера
2. Создание положительного образа компании через применение различных графических образов
3. Разработка рекламного тизера
4. Анализ имиджа конкурирующих организаций
5. Использование PR технологий в рекламе
6. Разработка рекламной кампании
7. Разработка образа промоутера на местах продаж
8. Заключение договора с рекламным агентством
9. Разработка входной группы
10. Составление брифа
11. Особенности проектирования макетов транзитной рекламы.
12. Разработка графического комплекса для организации
13. Разработка портфолио дизайнера и резюме
14. Составление медиа-плана
15. Составление плана рекламных кампаний,
16. постановка целей и задач рекламных кампаний по каждому товару.
17. Выбор средств массовой коммуникации и бронирование в них мест, приблизительного бюджета кампании.
18. Решение вопросов по практической реализации кампании.
19. Анализ рынка конкурентов.

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 очно- заочной формы обучения	
Раздел 1. Организационные основы проектной деятельности	36	64	Обоснование и защита проектных разработок, мультимедийная презентация, курсовой проект
Раздел 2. Специфика работы рекламного агентства	14	53	Аналитические и проектные разработки, мультимедийная презентация
Всего:	50	117	

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=3161> и на сайте КемГИК <https://kemgik.ru/>.

7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости.

Для оценки качества усвоения дисциплины «Организация проектной деятельности» 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. Образцы контрольных вопросов для промежуточной аттестации

1. Виды шрифтов, их история.
2. Жанры и стили рекламных фотографий.
3. Возможности и особенности применения рекламной иллюстрации.
4. Функции рекламного персонажа
5. Популярные графические программы для дизайнеров
6. Проблемы современного дизайн-проектирования
7. Состав медиаплана.
8. Особенности психологического восприятия потребителем рекламы
9. Скандальная реклама – ошибка или спланированная акция?
10. Влияние креатива на эффективность рекламы
11. Разделение труда брэндинговых и рекламных агентств
12. Виды рекламных фестивалей, примеры.
13. Различия рекламных подходов во время кризиса и во время процветания.
14. Особенности работы дизайнеров разных специализаций
15. Исторические личности графического дизайна

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, снятые 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, стиливых 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 подхода 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, цветового контраста,

	нюанса, акцента и т.п.
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-х балльной 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, соответствующим тематике работы; композиционное равновесие; полнота и детальность описания основной идеи;

Оценка «хорошо» - полнота и хорошее качество, представленных работ; оригинальность идеи, соответствующим тематике работы; полнота описания основной идеи;

Оценка «удовлетворительно» - недостаточная полнота и качество, представленных работ; оригинальность идеи соответствующим тематике работы; полнота описания основной идеи;

Оценка «неудовлетворительно» - недостаточная полнота и качество, представленных работ; отсутствие оригинальной идеи; низкое качество описания основной идеи;

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 «Фотография», «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. Уткин, Э. А. Рекламное дело: Учебник / Уткин Эдуард Андреевич ; Кочеткова Александра Игоревна. - Москва : Ассоциация авторов и издателей "ТАНДЕМ". Издательство ЭКМОС, 1998. - 272 с. Текст : непосредственный.
2. Ромат, Евгений Викторович. Реклама: Учебное пособие / Ромат Евгений Викторович. - Киев : Киев ИСИО Украины-НВФ "Студцентр", 1996. - 224 с. Текст : непосредственный.
3. Елисеенков, Г.С., Мхитарян, Г.Ю. Дизайн-проектирование: учебное пособие . - Кемерово Кемеров. гос. ин-т культуры, 2016. – 150 с. ил. Текст : непосредственный.

9.2. Дополнительная литература

1. Тарасова, О.П. Организация проектной деятельности дизайнера : учебное пособие / О.П. Тарасова, О.Р. Халиуллина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2017. - 165 с. : ил. - Библиогр.: с. 138-140. - ISBN 978-5-7410-1896-5 ; То же [Портал]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485751>(26.12.2018).
2. Егоров, В.П. Рекламная деятельность на товарном рынке . – М.: Лаборатория книги, т2010. – 137 с. Текст : непосредственный.
3. Мандель, Б.Р. Социальная реклама: учебное пособие / Б.Р. Мандель. – М.: Литера, 2010. – 310 с. Текст : непосредственный.
4. Мортень, К.В. PR в шоу-бизнесе. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 88 с.
5. Никитин, Т.В. Особенности рекламного образа и приемы его создания . – М.: Лаборатория книги, 2010. – 80 с. Текст : непосредственный.

9.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Леонтьев Б. Энциклопедия дизайна и графики на ПК: практическое пособие. – М.: Новый издательский дом, 2004. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).
2. Союз дизайнеров России [Сайт]: официальный сайт Союза дизайнеров России – URL: <http://www.sdrussia.ru>– Текст : электронный.
3. Designet.ru [Сайт]: информационный портал по дизайну – URL: <http://www.designet.ru> . – Текст : электронный.
4. Kian.ru [Сайт]: информационный портал по дизайну – URL: <http://www.kian.ru>. – Текст : электронный.
5. Artlebedev.ru [Сайт]: информационный портал по дизайну – URL: <http://www.artlebedev.ru>– Текст : электронный.

9.4. Программное обеспечение

Macromedia Flash, Microsoft Office Power Point , Microsoft Word.

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	Китч
Баннер	Компиляция
Буклет	Компьютерная графика
Беклайт	Контрформа
Биллборд	Контент
Блазон	Копирайт
Брендмауэр	Малые формы полиграфии
Брэндинг	Макет
Бэкграундер	Мудборд
Выставка	Плакат
Графика	Призматрон (Тривижн)
Графический комплекс	Продактплейсмент
Дизайн-концепция	Реклама
Заголовок	Стайлинг
Идея	Стилизация
Икотип и логотип	Сити-лайт
Кегль	Скроллер
Каптал	Слайд
Кернинг	Тизер
Киберсквортинг	Упаковка

Фирменный стиль
Фирменный знак
Фолдер

Форэскиз
Этикетка
Эхо-фраза