

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ART-МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-методической
и учебной работе

Е. И. Скафа

«22» апреля 2020 г.

МП



Рабочая программа учебной дисциплины

«ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

Укрупненная группа направлений подготовки и специальностей	<i>54.00.00 Изобразительное и прикладные виды искусств</i>
Направление подготовки	<i>54.03.01 Дизайн</i>
Профиль	<i>Графический дизайн</i>
Образовательная программа	<i>Бакалавриат</i>
Квалификация	<i>Академический бакалавр</i>
Форма обучения	<i>Очная, заочная</i>

Донецк 2020

УТВЕРЖДАЮ:

И. о. декана экономического факультета
Полшков Ю. Н.

21 апреля 2020 г.



Рабочая программа учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» составлена на основе Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденный приказом МОН ДНР от 28.09.2016 г. № 988, зарегистрированный в Министерстве юстиции ДНР «18» октября 2016 г. № 1636; Порядка организации учебного процесса в образовательных организациях высшего профессионального образования Донецкой Народной Республики, утвержденного приказом Министерства образования и науки ДНР № 1171 от 10.11.2017 г. (с изменениями, внесенными от 03.05.2019 г. №567); учебного плана и основной образовательной программы высшего профессионального образования направления подготовки 54.03.01 Дизайн (Профиль: Графический дизайн), разработанных в ГОУ ВПО «ДОННУ».

Разработчики:

доцент кафедры дизайна и art-менеджмента, к. пед. н.

Трошкина Ю. Ю.

ст. преподаватель кафедры дизайна и art-менеджмента

Данильян Л. В.

Программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры дизайна и art-менеджмента

Протокол № 8 а от «16» апреля 2020 г.

Зав. кафедрой

Трошкин А. В.

Программа учебной дисциплины одобрена учебно-методической комиссией экономического факультета

Протокол № 8 от «20» апреля 2020 года

Председатель УМК

Стрелина Е. Н.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Учебная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» относится к вариативной части профессионального блока образовательной программы. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, *формируемые предшествующими* («Пропедевтика и композиция в графическом дизайне», «Цветоведение», «Компьютерная графика», «Информационные технологии в сфере визуальных коммуникаций», «Технологии полиграфии и упаковки», «Менеджмент и маркетинг в дизайне») и *сопутствующими дисциплинами* («Проектирование в графическом дизайне», «Веб-дизайн и анимация», «Фотографика», «Фирменный стиль»). Данная дисциплина является основой для подготовки выпускной квалификационной работы бакалавра.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Характеристика учебной дисциплины		
Направление подготовки	54.03.01 Дизайн	
Профиль подготовки	Графический дизайн	
Образовательная программа	Бакалавриат	
Квалификация	Академический бакалавр	
Количество содержательных модулей и тем	2 (8)	
Дисциплина базовой / вариативной части образовательной программы	Вариативная часть	
Формы контроля (МК, экзамен, зачет)	модульн. контроль – 8 семестр, зачет в 8-м семестре	зачет на 4 курсе
Показатели	очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц	2	2
Количество часов	72	72
Год подготовки	4	4
Семестр	8	×
Количество часов		
- лекционных	-	-
- практических, семинарских	-	-
- лабораторных	40	10
- самостоятельной работы	32	62
в т.ч. индивидуальное задание	15	15
Недельное количество часов, т.ч.		
аудиторных	4	×
самостоятельной работы студента	3,2	×

3. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – ознакомление студентов с основами теории и практики рекламных технологий и дизайна в рекламе. Освоение курса предполагает использование полученных знаний, умений и навыков при разработке рекламной стратегии, создании рекламно-информационных материалов, при организации и проведении рекламной кампании, решении правовых вопросов рекламной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Сформировать у студентов общее представление о содержании и особенностях задач, решаемых дисциплиной «Дизайн и рекламные технологии»
2. Познакомить с теми требованиями, которые предъявляет современный рынок к рекламистам;
3. Дать представление о рекламе как бизнес-процессе и об основных этапах этого процесса.

Требования к результатам освоения дисциплины: процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ГОС ВПО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденного приказом МОН ДНР от 28.09.2016 г. № 988:

а) общекультурных (ОК):

владеет культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
 готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
 стремится к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
 готов к уважительному и бережному отношению к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия (ОК-10);

ориентирован на применение методов и средств познания, обучение и самоконтроль для интеллектуального развития, повышение культурного уровня и профессиональной компетенции, сохранение своего здоровья, нравственное и физическое самосовершенствование (ОК-15);

б) профессиональных (ПК):

владеет рисунком, умением использовать рисунки в практике составления композиции и переработкой их в направлении проектирования любого объекта; принципами выбора техники исполнения конкретного рисунка; навыками линейно-конструктивного построения и основами академической живописи; элементарными профессиональными навыками скульптора;

владеет современной шрифтовой культурой; приемами работы в макетировании и моделировании; приемами работы с цветом и цветовыми композициями; методами и технологией классических техник станковой графики (гравюра, офорт, монотопия и др.); основными правилами и принципами набора и верстки (ПК-2);

ориентирован на преподавательскую работу в общеобразовательных школах, учреждениях среднего профессионального образования и дополнительного образования, способность планировать учебный процесс, выполнять методическую работу, самостоятельно читать лекции или проводить практические занятия (ПК-6).

в) профессионально-специализированных (ПСК):

художественная деятельность:

способность учитывать при разработке художественного замысла особенности материалов с учетом их формообразующих свойств (ПСК-2);

педагогическая деятельность:

способностью осуществлять планирование образовательного процесса, выполнять методическую работу и самостоятельно проводить лекционные и практические занятия в общеобразовательных организациях, организациях профессионального образования, организациях дополнительного образования (ПСК-9).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- назначение, задачи и цели рекламы;
- систему рекламной деятельности;
- универсальные законы восприятия композиции рекламы;
- способы воздействия рекламных средств;

законы гармоничной композиции.

уметь:

анализировать и проектировать рекламные проекты;
готовить и участвовать в исполнении рекламных кампаний.

владеть:

навыками проектирования форм и методов создания макетов для рекламы;
методикой оценки эффективности рекламы на практике;
умением четко формулировать техническое задание, контролировать его исполнение и профессионально оценивать результаты.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лабораторные занятия, самостоятельная работа студента.

В учебном процессе широко применяются активные и интерактивные формы проведения занятий (разбор конкретных ситуаций, дискуссия, полемика), внеаудиторная самостоятельная работа, балльно-рейтинговая система оценки успеваемости, личностно-ориентированное обучение, проблемное обучение, блочно-модульное обучение.

В ходе освоения данной дисциплины у студентов формируются способности к самостоятельной работе над основными схемами композиции рекламы и их зрительным восприятием.

Особенность дисциплины заключается в том, что она должна сформировать практические навыки работы студента с рекламной продукцией. Самостоятельная работа студентов заключается в выполнении графических заданий, предусматривает выполнение индивидуальных заданий, подготовку к лабораторным занятиям, изучение учебной и методической литературы.

Контроль над ходом выполнения лабораторных работ преподавателем осуществляется в аудиторном режиме.

Тематический план дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

Темы	Краткое содержание темы
Содержательный модуль 1. Основы эффективной рекламы	
<i>Тема 1.</i> Определение целей и задач курса. Понятийно-терминологический аппарат.	Дизайн как компоновочная деятельность. Особенности профессионального менталитета дизайнера. Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы.
<i>Тема 2.</i> Имидж и образ в рекламе. Создание бренда. Фирменный стиль.	Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств. Алгоритм креативного процесса. Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда. Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Основные составляющие фирменного стиля.
<i>Тема 3.</i> Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы	Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Ассоциативность и образность в рекламе. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.

гармоничной композиции.	Способы описания цвета и цветовые модели.
<p><i>Тема 4.</i> Конструктивная структура рекламы. Печатная реклама и ее элементы. Модульная система проектирования. Модульные сетки.</p>	<p>Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов. Заголовки. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями.</p>
Содержательный модуль 2. Особенности дизайна рекламы	
<p><i>Тема 5.</i> Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.</p>	<p>Цветное изображение на оригинале, мониторе компьютера и полиграфическом оттиске. Традиционные способы печати: высокая, плоская, глубокая и трафаретная печать. Особенности печатных оттисков. Выбор оптимального способа печати. Подготовка печатных изданий к тиражированию. Оригиналы и требования к ним. Шрифты, применяемые в полиграфии.* Основы технологии цветоделения. Цветопроба как метод оценки преобразования изображения.</p>
<p><i>Тема 6.</i> Оформление выставок и презентаций. Особенности дизайна наружной рекламы.</p>	<p>Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе.* Общие вопросы, расчет элементов конструкций, технология изготовления.</p>
<p><i>Тема 7.</i> Световая реклама.</p>	<p>Обзор источников света для вывесок.</p>
<p><i>Тема 8.</i> Реклама в Интернете.</p>	<p>Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.</p>

*- вопросы или темы, выносимые на самостоятельное изучение студентом.

**Структура дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»
по видам учебной деятельности**

Названия содержательных модулей и тем	Количество часов							
	Очная форма				Заочная форма			
	всего	в т.ч.			всего	в т.ч.		
		лекции	лаб.	самостоятельная работа		лекции	лаб.	самостоятельная работа
Содержательный модуль 1. Основы эффективной рекламы								
Тема 1. Определение целей и задач курса. Понятийно- терминологический аппарат.	6	-	4	2	6	-	2	4
Тема 2. Имидж и образ в рекламе. Создание бренда. Фирменный стиль.	8	-	4	4	8	-	-	8
Тема 3. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции.	8	-	4	4	8	-	2	6
Тема 4. Конструктивная структура рекламы. Печатная реклама и ее элементы. Модульная система проектирования. Модульные сетки.	8	-	4	4	8	-	-	8
Итого по 1 содержательному модулю	30	-	16	14	30	-	4	26
Содержательный модуль 2. Особенности дизайна рекламы								
Тема 5. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.	8	-	4	4	8	-	1	7
Тема 6. Оформление выставок и презентаций. Особенности дизайна наружной рекламы.	8	-	4	4	8	-	1	7

Тема 7. Световая реклама.	12	-	8	4	12	-	2	10
Тема 8. Реклама в Интернете.	14	-	8	6	14	-	2	12
Итого по 2 содержательному модулю	42	-	24	18	42	-	6	36
Всего в семестре	72	-	40	32	72	-	10	62

5. ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННЫХ, ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ

Темы лабораторных занятий

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
Тема 1. Определение целей и задач курса. Понятийно-терминологический аппарат.	5
Тема 2. Имидж и образ в рекламе. Создание бренда. Фирменный стиль.	5
Тема 3. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции.	5
Тема 4. Конструктивная структура рекламы. Печатная реклама и ее элементы. Модульная система проектирования. Модульные сетки.	5
Тема 5. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.	5
Тема 6. Оформление выставок и презентаций. Особенности дизайна наружной рекламы.	5
Тема 7. Световая реклама.	5
Тема 8. Реклама в Интернете.	5
Всего	40

Планы лабораторных занятий с указанием рассматриваемых вопросов и выполняемых заданий приведены в: «Методические указания к изучению учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» / Л. В. Данильян. – Донецк: ГОУ ВПО «ДОННУ», 2020. – 44 с. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ef.donnu-support.ru/moodle/course/view.php?id=738>

6. ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ И ИНДИВИДУАЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

<i>Название темы</i>	<i>Количество часов</i>
Тема 1. Определение целей и задач курса. Понятийно-терминологический аппарат.	2
Тема 2. Имидж и образ в рекламе. Создание бренда. Фирменный стиль.	4

Тема 3. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции.	4
Тема 4. Конструктивная структура рекламы. Печатная реклама и ее элементы. Модульная система проектирования. Модульные сетки.	4
Тема 5. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.	4
Тема 6. Оформление выставок и презентаций. Особенности дизайна наружной рекламы.	4
Тема 7. Световая реклама.	4
Тема 8. Реклама в Интернете.	6
Всего	32

Содержание самостоятельной и индивидуальной работы по темам и методические рекомендации по ее выполнению приведены в: «Методические указания к изучению учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» / Л. В. Данильян. – Донецк: ГОУ ВПО «ДОННУ», 2020. – 44 с. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ef.donnu-support.ru/moodle/course/view.php?id=738>

7. КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

1. К какому периоду можно отнести возникновение дизайна как профессиональной индустрии?
2. Что служит побуждающим началом функционирования дизайн-системы «Реклама»?
3. На каком этапе происходит определение проблемы и задачи рекламного обращения?
4. На основе чего строится креативный процесс?
5. Каким образом имидж влияет на дизайн рекламного обращения в прессе?
6. Что такое брэнд?
7. Каковы основные этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях его существования?
8. Что является обязательным условием функционирования товарного знака?
9. Какое средство гармонизации композиции помогает сразу выделить ее смысловой центр?
10. В чем заключаются условия единства композиции в дизайн?
11. От каких признаков элементов зависит уравновешенность композиции?
12. Какой фактор является определяющим при эмоциональном восприятии цвета?
13. Какие структурные элементы рекламного обращения в газете способствуют переводу непроизвольного внимания реципиента в осознанное?
14. Чем определяется место заголовка в рекламном обращении, опубликованном в газете или журнале?
15. Какой фактор в большей степени влияет на запоминаемость рекламного обращения в прессе?
16. В чем заключается вклад Джея Хэмбиджа в художественное конструирование?
17. Что собой представляет модульная сетка?
18. Что представляет собой прямоугольник золотого сечения?
19. Что определяет выбор оптимального способа печати?

20. Базовая триада цветоделения.
21. Чем определяется выбор гарнитуры шрифта в рекламном обращении?
22. Компьютерные цветовые модели.
23. Что необходимо для изготовления высококачественных этикеток, контрэтикеток, кольереток и упаковок со сложной конфигурацией?
24. Каковы основные принципы и приемы оформления выставок и презентаций?
25. Какие методы оценки характеристик наружной рекламы вам известны?
26. Каковы основные характеристики и свойства материалов, применяемых в наружной рекламе в настоящее время?
27. Какие основные источники света используются в рекламе в настоящее время?
28. Каковы основные виды рекламоносителей в интернете?
29. Каковы основные ценовые модели размещения рекламы в интернете?
30. Какие структурные элементы выбранного вами рекламного обращения способствуют переводу непроизвольного внимания реципиента в осознанное?
31. Какая линия считается смыслообразующей для рекламного обращения?
32. Какая пропорция лежит в основе форматов периодических изданий?
33. Какая величина служит основным шагом по горизонтали при разработке модульных сеток?
34. Какой фактор в большей степени влияет на запоминаемость рекламного обращения в прессе?
35. Чем определяется место заголовка в созданном вами рекламном обращении?
36. Как влияет красочность рекламы на ее стоимость?
37. Кто готовит оригинал-макет? Входит ли это в обязанности рекламного отдела редакции и как в таком случае эта работа оплачивается?
38. Какие обязательные требования предъявляются к оригинал-макету, выполненному вами: вид сдачи (дискета, распечатка, иллюстрации), расширение (для файла)?
39. Какой срок сдачи оригинал-макета или текста в редакцию?
40. Каковы основные этапы согласования наружной рекламы в официальном порядке в органах городского управления и основные требования, предъявляемые к документам, необходимым для разрешения?
41. Как увеличить реальную эффективность баннера?
42. Какие факторы учитываются при разработке концепции информационного наполнения сайта?
43. Что относится к элементам навигации на сайте?

8. ОБРАЗЕЦ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

ГОУ ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Программа подготовки: Бакалавриат

Форма обучения: очная

Семестр: восьмой

Учебная дисциплина: «Дизайн и рекламные технологии»

Модульная контрольная работа

Вариант № n

Теоретическое задание.

1. Какая линия считается смыслообразующей для рекламного обращения?
2. Какая пропорция лежит в основе форматов периодических изданий?

Практическое задание.

Разработка композиционно-пластического решения макета рекламной листовки.
Клаузурное решение.

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЯ МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЯ

Максимальная общая сумма баллов, которую может получить студент, успешно выполнив все виды заданий, составляет 30 баллов.

1. Теоретическое задание (2 теоретических вопроса) в случае полного правильного ответа на один вопрос – 2 балла; в случае определенных неточностей или неполного ответа – 1 балл; ответа нет – 0 баллов. Максимально за 2 теоретических вопроса – 4 балла.

2. Выполнение практического задания – 26 баллов.

Разработка образно-графического выполнения задания на заданную тему предполагает демонстрацию обучающимися умений и навыков в практической деятельности.

15-26 баллов – выразительно передана направленность разработки, раскрыта тема соответствующими визуальными решениями, найдена оптимальная форма подачи графического материала.

3-14 баллов – направленность разработки не выразительно передана, тема не раскрыта, не найдена оптимальная форма подачи графического материала.

10. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Организационно-учебная работа студента в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения практических занятий.

Самостоятельная работа максимально оценивается в 15 баллов по каждому содержательному модулю. В разрезе отдельных тем оценивание осуществляется следующим образом.

Оценивание СРС и ИРС по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии»

№ п/ п	Тема	СРС	ИРС	Итого по теме
Содержательный модуль 1. Основы эффективной рекламы				
1	<i>Тема 1.</i> Определение целей и задач курса. Понятийно-терминологический аппарат.	2	2	4
2	<i>Тема 2.</i> Имидж и образ в рекламе. Создание бренда. Фирменный стиль.	1	2	3
3	<i>Тема 3.</i> Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции.	2	2	4
4	<i>Тема 4.</i> Конструктивная структура рекламы. Печатная реклама и ее элементы. Модульная система проектирования. Модульные сетки.	2	2	4
<i>Итого по 1 содержательному модулю</i>		7	8	15
Содержательный модуль 2. Особенности дизайна рекламы				

5	Тема 5. Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.	2	2	4
6	Тема 6. Оформление выставок и презентаций. Особенности дизайна наружной рекламы.	1	2	3
7	Тема 7. Световая реклама.	2	2	4
8	Тема 8. Реклама в Интернете.	2	2	4
<i>Итого по 2 содержательному модулю</i>		8	7	15
<i>Итого в семестре</i>		15	15	30

Виды заданий по СРС и ИРС

Содержательный модуль 1. Основы эффективной рекламы				
тема			количество баллов	
Т1	СРС	Поиск информации и изучение материалов по стилям в справочной и периодической литературе	2	5
	ИРС	Индивидуальная работа (работа с электронными носителями: медиа-ресурсы)	3	
Т2	СРС	Работа над творческим заданием в материале	1	3
	ИРС	Индивидуальная работа (работа с источниками)	2	
Т3	СРС	Выполнение эскиза	1	2
	ИРС	Проработка и детализовка графического задания и презентационной работы	1	
Т4	СРС	Работа над творческим заданием в материале	2	5
	ИРС	Индивидуальная работа (работа с электронными носителями: медиа-ресурсы)	3	
<i>Итого по 1 содержательному модулю (max)</i>				15
Содержательный модуль 2. Особенности дизайна рекламы				
Т5	СРС	Поиск информации и изучение материалов по стилям в справочной и периодической литературе	2	5
	ИРС	Индивидуальная работа (работа с электронными носителями: медиа-ресурсы)	3	
Т6	СРС	Работа над творческим заданием в материале	2	5
	ИРС	Индивидуальная работа (работа с источниками)	3	
Т7	СРС	Выполнение эскиза	2	5
	ИРС	Проработка и детализовка графического задания и презентационной работы	3	
Т8	СРС	Индивидуальная работа (работа с источниками)	2	5
	ИРС	проработка и детализовка графического задания	3	
<i>Итого по 2 содержательному модулю (max)</i>				15
<i>Всего по СРС и ИРС</i>				30

11. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОБЩЕЙ УСПЕВАЕМОСТИ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно следующим критериям:

Содержательные модули	Вид работы	Баллы
Содержательный модуль 1	Организационно-учебная работа студента в аудитории	5
	Самостоятельная и индивидуальная работа	15
	Модульная контрольная работа	30
	Итого	50
Содержательный модуль 2	Организационно-учебная работа студента в аудитории	35
	Самостоятельная и индивидуальная работа	15
	Итого	50
Общий итог		100

Порядок оценивания учебных достижений обучающихся

Оценка по шкале ECTS	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по государственной шкале (экзамен, дифференцированный зачет)	Оценка по государственной шкале (зачет)
A	90-100	5 (отлично)	зачтено
B	80-89	4 (хорошо)	зачтено
C	75-79	4 (хорошо)	зачтено
D	70-74	3 (удовлетворительно)	зачтено
E	60-69	3 (удовлетворительно)	зачтено
FX	35-59	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной аттестации	не зачтено
F	0-34	2 (неудовлетворительно) с возможностью повторной сдачи при условии обязательного набора дополнительных баллов	не зачтено

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Для проведения лабораторных занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi, с наличием необходимых оборудования для изобразительной деятельности (мольберты, доски для демонстрации изображений, художественный реквизит) и др.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, учебно-методическое обеспечение, представленное в учебно-методических кабинетах 7-го (ауд.108) и 5-го учебных корпусов (ауд. 207), материально-техническая база учебной лаборатории кафедры дизайна и art-менеджмента и межкафедральной лаборатории.

В процессе обучения студенты имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования экономического факультета ГОУ ВПО «ДонНУ». С использованием ресурсов платформы

дистанционного обучения также осуществляется текущий контроль знаний студентов на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы

14. РЕСУРСЫ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. *Дистанционный курс* «Дизайн и рекламные технологии» для студентов направления подготовки 54.03.01 Дизайн (Профиль: Графический дизайн) доступен по ссылке на платформе Moodle Центра дистанционного обучения экономического факультета ГОУ ВПО «ДОННУ»: <http://ef.donnu-support.ru/moodle/course/view.php?id=738>

2. *Облако сервиса mail.ru Трошкиной Ю. Ю.* Папка <https://cloud.mail.ru/public/3aTd/5wxsseVnp>

15. РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

№ п/п	Наименование основной литературы	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии
			«Университетская библиотека онлайн»
1	Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова ; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва : Юнити, 2015. – 239 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010 (дата обращения: 07.06.2019). – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст : электронный.		+
2	Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование : учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2016. – 150 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472589 (дата обращения: 25.05.2020). – ISBN 978-5-8154-0357-4. – Текст : электронный.		+
3	Клещев, О. И. Основы производственного мастерства: разработка периодического издания / О. И. Клещев. – Екатеринбург : Архитектон, 2017. – 120 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481981 (дата обращения: 25.05.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7408-0210-7. – Текст : электронный.		+
4	Корякина, Г.М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий : [16+] / Г.М. Корякина, С.А. Бондарчук ; Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481981		+

	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869 > http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869 (дата обращения: 25.05.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст : электронный.		
Наименований основной литературы: 4		0 печатных экземпляров	4 электронных ресурса
Наименования дополнительной литературы			
		Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	
1	Страуструп, Б. Дизайн и эволюция C++ : Пер. с англ. / Бьерн Страуструп. – М. : ДМК, 2000. – 448 с.	3	
2	Лаврентьев, А. Н. История дизайна : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 052400 Дизайн / А. Н. Лаврентьев. – Москва : Гардарики, 2008. – 303 с.	3	
3	Мировая художественная культура. XX век : изобразит. искусство и дизайн / Е. П. Львова, Д. В. Сарабьянов, Е. П. Кабкова и др. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2008. – 460 с. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM)..	3	
			«Университетская библиотека онлайн»
4	Веселова, Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие / Ю.В. Веселова, О.Г. Семёнов. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. – 104 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990 (дата обращения: 07.06.2019). – ISBN 978-5-7782-2192-5. – Текст : электронный.		+
5	Головко, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий : учебное пособие / С.Б. Головко. – Москва : Юнити, 2015. – 423 с. : ил. – («Медиаобразование»). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115037 (дата обращения: 07.06.2019). – ISBN 978-5-238-01477-7. – Текст : электронный.		+
6	Ломов, С.П. Цветоведение: / С.П. Ломов, С.А. Аманжолов. – Москва : Владос, 2018. – 153 с. : ил. – (Изобразительное искусство). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=264038 > http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=264038 (дата обращения: 25.05.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907101-27-2. – Текст : электронный.		+
7	Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – Ч. 2. Практикум. – 751 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838 (дата обращения: 07.06.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3961-0. – DOI 10.23681/271838. – Текст : электронный.		+
8	Марусева, И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. – Ч. 1. Теоретические основы дипломного проектирования: рынок, PR и реклама. – 363 с. : ил. – Режим		+

	доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253699 (дата обращения: 07.06.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-2494-4. – DOI 10.23681/253699. – Текст : электронный.		
9	Марусева, И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) / И.В. Марусева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 419 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141 (дата обращения: 07.06.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-4568-0. – DOI 10.23681/276141. – Текст : электронный.		+
10	Нартя, В.И. Основы конструирования объектов дизайна : учебное пособие : [16+] / В.И. Нартя, Е.Т. Суиндилов. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2019. – 265 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=565018 (дата обращения: 25.05.2020). – Библиогр.: с. 280. – ISBN 978-5-9729-0353-5. – Текст : электронный.		+
			Наличие электронной версии в ЭБС «Elibrary»
11	Кухта М. С. Дизайн и технологии : учебник. – Томск :STT, 2016. – 170 с. – (Дизайн и общество).		+
12	Новиков А. М. Н 85; 87.8 Методология художественной деятельности. – М.: Издательство «Эгвес», 2008. – 72 с.		+
			ЭБС «Юрайт», РФ, раздел «Легендарные книги»
13	Каменев, В. И. Аксонометрические проекции / В. И. Каменев. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. –190 с. – (Антология мысли). –ISBN 978-5-534-09755-9. – Режим доступа : www.urait.ru/book/aksonometricheskie-proekcii-428522		+
14	Михаловский, И. Б. Архитектурные формы Античности / И. Б. Михаловский. –Москва : Издательство Юрайт, 2019. –263 с. – (Антология мысли). –ISBN 978-5-534-08199-2. –Режим доступа : www.urait.ru/book/arhitekturnye-formy-antichnosti-438502		+
15	Тугендхольд, Я. А. Живопись и зритель / Я. А. Тугендхольд. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. –120 с. – (Открытая наука). – ISBN 978-5-534-09608-8. – Режим доступа : www.urait.ru/book/zhivopis-i-zritel-428187		+
16	Тэн, И. Философия искусства : краткий курс лекций / И. Тэн ; переводчик Н. Соболевский. –Москва : Издательство Юрайт, 2019. –351 с. – (Антология мысли). –ISBN 978-5-534-07455-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/423106		+
17	Цирес, А. Г. Искусство архитектуры / А. Г. Цирес. –Москва : Издательство Юрайт, 2019. –272 с. –(Антология мысли). –ISBN 978-5-534-05825-3. –Режим доступа : www.urait.ru/book/iskusstvo-arhitektury-410437		+
Наименований дополнительной литературы: 17		9 печатных экземпляров	14 электронных ресурсов
Всего по дисциплине		9 печатных	14 электронных

Наименований: 17		экземпляров	ресурсов
№ п/п	Периодические издания	Кол-во экземпляров в библиотеке ДонНУ	Наличие электронной версии в ЭБС «Elibrary»
1	Международный журнал научных исследований «Дизайн. Искусство. Промышленность». Южно-Уральский государственный гуманитарно-педагогический университет (Челябинск)		+ Доступный архив 2012-2019
2	Журнал «АРХИТЕКТУРА И ДИЗАЙН» Общество с ограниченной ответственностью "НБ-Медиа" (Москва)		+ Доступный архив 2017-2018
	Наименований 2	0 печатных издания	2 электронных ресурса

15. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Научная библиотека Донецкого национального университета. – Режим доступа: library.donnu.ru
2. Сборник статей по истории и теории дизайна
<http://www.fondartproject.ru/publishing/problemny-dizaina-5-sbornik-statei/>
3. Официальный сайт Союза дизайнеров России <http://www.design-union.ru>
4. Блог о будущем дизайна, инновациях в технологиях, материалах и проектной деятельности, медиаресурсы о дизайне <https://www.designboom.com/>
5. Информационное агентство Союза архитекторов <http://www.architektor.ru/>

16. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. . Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДОННУ № 46484614);
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДОННУ лицензия № 46472919);
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы DreamSpark для высших учебных заведений);
4. Лицензии GPL для свободного программного обеспечения: Антивирус Касперского, Libre Office, Adobe Acrobat Reader, xPDF, Paint.NET.