

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Клочков Юрий Сергеевич

Должность: и.о. ректора

Дата подписания: 04.04.2024 11:46:01

Уникальный программный ключ:

4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой ДАС

_____ А. И. Клименко

« _____ » _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: Визуальные коммуникации в рекламе

направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

направленность (профиль): Графический дизайн

форма обучения: очная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры дизайна архитектурной среды
Протокол № 5 от 19.04.2023 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины является знакомство обучающихся с основами рекламной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сформировать у обучающихся профессиональные компетенции, предусмотренные программой дисциплины;
- сформировать у обучающихся знания из области основных нормативных документов и основ профессиональной рекламной деятельности;
- развить умения, которые позволят успешно представлять и продвигать проект, формировать привлекательный имидж профессионала.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина Визуальные коммуникации в рекламе относится к части дисциплин учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

- освоение дисциплины Пропедевтика;
- освоение дисциплины Типографика.

Содержание дисциплины служит основой для освоения дисциплин: Проектирование графической продукции, Организация проектной деятельности.

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-3 Способен к художественно-технической разработке дизайн проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПКС-3.1. Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов, предпочтения целевой аудитории	Знать: З1 композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, современные тенденции и предпочтения целевой аудитории.
		Уметь: У1 находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации.
		Владеть: В1 навыками проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.
	ПКС-3.2. Разрабатывает дизайн-макет объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, готовит графические материалы для передачи в производство.	Знать: З2 методы и средства разработки дизайн-макета объекта визуальной информации.
		Уметь: У2 разрабатывать дизайн-макет объекта визуальной информации.
		Владеть: В2 навыками подготовки графических материалов для передачи в производство.

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 7 зачетных единицы, 252 часа.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
очная	2/4	18	34	-	56	-	Зачет
очная	3/5	18	36	-	63	27	Экзамен, КП

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочное средство
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	Реклама и общество	2	2	-	6	8	ПКС-3.1	Вопросы к устному опросу
2	2	История развития рекламы	6	4	-	10	20	ПКС-3.1	Темы семинарского доклада и требования к нему
3	3	Психологические и нормативные основы рекламной деятельности	4	4	-	10	18	ПКС-3.1	Темы семинарского доклада и требования к нему
4	4	Основы разработки рекламных обращений	6	24	-	30	62	ПКС-3.1	Задания для практической работы
5	Зачет		-	-	-	-	-	ПКС-3.1	Вопросы к зачету
6	5	Организация рекламной деятельности	6	14	-	9	31	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Вопросы к устному опросу
7	6	Основные сферы деятельности в области связей с общественностью	4	2	-	6	10	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Вопросы к устному опросу
8	7	Основные технологии связей с общественностью	4	16	-	6	26	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Вопросы к устному опросу
9	8	Правовые и этические основы связей с общественностью	4	4	-	6	14	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Вопросы к устному опросу
10	Экзамен		-	-	-	-	27	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Вопросы к экзамену
11	Курсовой проект		-	-	-	36	36	ПКС-3.1 ПКС-3.2	Требования к оформлению результатов КП
Итого:			36	70		119	252		

Заочная форма обучения (ЗФО)

Заочная форма обучения не реализуется.

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Очно-заочная форма обучения не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. «Реклама и общество». Определение и функции рекламы. Классификация рекламы. Роль рекламы в жизни общества.

Раздел 2. «История развития рекламы». История развития зарубежной рекламы. Развитие рекламы в России.

Раздел 3. «Психологические и нормативные основы рекламной деятельности». Основы мотивации в рекламе. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя. Уникальное торговое предложение (УТП). Нормативные основы рекламной деятельности.

Раздел 4. «Основы разработки рекламных обращений». Структура рекламного обращения. Лексика рекламного текста. Портфолио как реклама профессионала. Средства распространения рекламы. Носители рекламного обращения.

Раздел 5. «Организации рекламной деятельности». Функции рекламного агентства. Виды и планирование рекламных компаний. Рекламные исследования. Оценка эффективности рекламы.

Раздел 6. «Основные сферы деятельности в области связей с общественностью». Основные характеристики связей с общественностью в следующих сферах: государственная, политическая, социально-культурная, бизнес и коммерция, нефтегазовая отрасль, СМИ.

Раздел 7. «Основные технологии связей с общественностью». Имидж, паблисити, репутация. Спонсоринг и фандрайзинг. Специальные события. Процедурные технологии.

Раздел 8. «Правовые и этические основы связей с общественностью». Правовое обеспечение связей с общественностью - законы о СМИ, рекламе, защите авторских прав, прав потребителей. Основные кодексы профессионального поведения специалиста.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	1	-	-	Определение и функции рекламы. Классификация рекламы
2	1	1	-	-	Роль рекламы в жизни общества
3	2	4	-	-	История развития зарубежной рекламы
4	2	2	-	-	Развитие рекламы в России
5	3	1	-	-	Основы мотивации в рекламе
6	3	1	-	-	Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя
7	3	1	-	-	Уникальное торговое предложение (УТП)
8	3	1	-	-	Нормативные основы рекламной деятельности
9	4	1	-	-	Структура рекламного обращения
10	4	1	-	-	Лексика рекламного текста
11	4	2	-	-	Портфолио как реклама профессионала
12	4	1	-	-	Средства распространения рекламы
13	4	1	-	-	Носители рекламного обращения
14	5	1	-	-	Функции рекламного агентства
15	5	1	-	-	Виды и планирование рекламных компаний
16	5	2	-	-	Рекламные исследования
17	5	2	-	-	Оценка эффективности рекламы
18	6	4	-	-	Основные сферы деятельности в области связей с общественностью
19	7	4	-	-	Основные технологии связей с общественностью
20	8	4	-	-	Правовые и этические основы связей с общественностью
Итого:		36			

Практические занятия

Таблица 5.2.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практических занятий
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	1	-	-	Определение и функции рекламы. Классификация рекламы
2	1	1	-	-	Роль рекламы в жизни общества
3	2	2	-	-	История развития зарубежной рекламы
4	2	2	-	-	Развитие рекламы в России

5	3	1	-	-	Основы мотивации в рекламе
6	3	1	-	-	Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя
7	3	1	-	-	Уникальное торговое предложение (УТП)
8	3	1	-	-	Нормативные основы рекламной деятельности
9	4	6	-	-	Структура рекламного обращения
10	4	4	-	-	Лексика рекламного текста
11	4	6	-	-	Портфолио как реклама профессионала
12	4	4	-	-	Средства распространения рекламы
13	4	4	-	-	Носители рекламного обращения
14	5	2	-	-	Функции рекламного агентства
15	5	4	-	-	Виды и планирование рекламных компаний
16	5	4	-	-	Рекламные исследования
17	5	4	-	-	Оценка эффективности рекламы
18	6	2	-	-	Основные сферы деятельности в области связей с общественностью
19	7	16	-	-	Основные технологии связей с общественностью
20	8	4	-	-	Правовые и этические основы связей с общественностью
Итого:		70			

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	1	6	-	-	Определение и функции рекламы. Классификация рекламы. Роль рекламы в жизни общества	Повторение теоретического материала. Подготовка к опросу
2	2	10	-	-	История развития зарубежной рекламы. Развитие рекламы в России.	Повторение теоретического материала. Подготовка к семинару.
3	3	10	-	-	Основы мотивации в рекламе. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя. Уникальное торговое предложение (УТП). Нормативные основы рекламной деятельности.	Повторение теоретического материала. Подготовка к семинару.
4	4	30	-	-	Структура рекламного обращения. Лексика рекламного текста. Портфолио как реклама профессионала. Средства распространения рекламы. Носители рекламного обращения	Повторение теоретического материала. Выполнение практических домашних заданий.
5	5	9	-	-	Функции рекламного агентства. Виды и планирование рекламных компаний. Рекламные исследования. Оценка эффективности рекламы.	Повторение теоретического материала. Подготовка к опросу
6	6	6	-	-	Основные сферы деятельности в области связей с общественностью.	Повторение теоретического материала. Подготовка к опросу
7	7	6	-	-	Основные технологии связей с общественностью.	Повторение теоретического материала. Подготовка к опросу
8	8	6	-	-	Правовые и этические основы связей с общественностью.	Повторение теоретического материала. Подготовка к опросу
9	КП	36				Выполнение КП

Итого:	94	-	-	
--------	----	---	---	--

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: информационно-развивающие технологии, деятельностные практико-ориентированные технологии, личностно-ориентированные технологии, метод дискуссии, дистанционные технологии (СРС, контроль).

6. Тематика курсового проекта

Тема курсового проекта: «Разработка рекламного продукта для дизайнера». Курсовой проект состоит из двух частей: теоретической (исследовательско-аналитической) и практической (проектной). Практическая часть предусматривает следующие виды работ: 1) проектирование авторского знака, 2) проектирование визитной карты, 3) проектирование портфолио. Практическая часть курсового проекта выполняется в графических редакторах (Photoshop, Corel DRAW).

Общие результаты курсового проекта оформляются в текстовом редакторе (Microsoft Word) и предоставляются на проверку в цифровом виде. Для процедуры защиты курсового проекта может быть создана презентация проекта в формате Microsoft PowerPoint.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Критерии оценивания успеваемости обучающихся в рамках текущего контроля представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов (0-2)
1	5 семестр - 1 текущая аттестация	
1.1	устный опрос	1
1.2	семинар	1
2	5 семестр - 2 текущая аттестация	
2.1	семинар	1
2.1	просмотр выполненных практических работ	1
3	6 семестр - 1 текущая аттестация	
3.1	устный опрос	2
4	6 семестр - 2 текущая аттестация	
4.1	устный опрос	2

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- электронный каталог полнотекстовой базы данных ТИУ;
- ЭБС «Лань», «Юрайт», «IPRbooks», «Консультант студента», «Перспектив»;
- научная электронная библиотека ELIBRARY.RU;
- сайты для дизайнеров:
 - <http://rosdesign.com> - интернет-ресурс теоретических статей и практических рекомендаций по дизайну на русском языке;
 - <https://www.behance.net> - сайт, собравший в себе портфолио художников, дизайнеров и людей искусства со всего мира;
 - designyoutrust.com - ежедневный дизайнерский журнал, публикующий статьи о новых направлениях в дизайне, новости и события, дизайнерские портфолио и выборочные дизайнерские проекты со всего мира;
 - hypebeast.com - модный журнал о дизайне и культуре;
 - bangbangstudio.ru - российский сайт для иллюстраторов с работами по иллюстрации;

- abduzeedo.com - сайт про логотипы и дизайн;
- <https://www.fontshop.com> - ресурс для работы с типографикой; тестер позволяет видеть, как будет выглядеть работа при использовании разных шрифтовых решений;
- <https://www.paratype.ru> - отечественный ресурс, посвященный шрифтам и типографике;
- <https://www.dafont.com> - коллекция, состоящая из более 10 000 шрифтов;
- <http://www.compuart.ru> - ежемесячный электронный журнал по полиграфии, дизайну и компьютерной графике;
- <http://bookcoverarchive.com> - ресурс содержит тысячи новых и классических обложек, удобно сортированных по фотографу, арт-директору, дизайнеру, названию, автору или жанру;
- <http://www.vektorjunkie.com> - ресурс графики, фотографии и музыки;
- <http://www.compuart.ru> - ежемесячный электронный журнал по полиграфии, дизайну и компьютерной графике;
- <https://forum.rudtp.ru> - форум дизайнеров и полиграфистов. Дизайн, верстка, препресс, печать;
- <http://www.lighthousebay.ru/pechatnyi-dizain.html> - вдохновляющие примеры и идеи от известных мировых специалистов в сфере печатного дизайна и полиграфии;
- <http://www.printmag.com> - журнал по полиграфии, дизайну и компьютерной графике на англ.яз.;
- <https://www.gart.ru> - всемирные полиграфические новости - ежемесячный журнал, издание с большим количеством интервью;
- <http://www.kursiv.ru> - технологический полиграфический журнал;
- <http://www.designfloat.com> - ссылки на ресурсы, где есть: шаблоны, уроки, flash и т.д.
- электронный каталог Тюменской областной научной библиотеки имени Д.И. Менделеева http://www.tonb.ru/electronic_catalog/ ;
- «Искусство и дизайн Тюмени» -<http://www.art-design.tyumen.ru>

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т. ч. отечественного производства:

- Microsoft Office
- Adobe Acrobat Reader DC
- CorelDRAW
- Photoshop

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4

1	Визуальные коммуникации в рекламе	Лекционные занятия: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: - учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная; - компьютеры в локальной сети университета	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2, корп.8/6
		Практические занятия: учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: - учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная; - компьютеры в локальной сети университета	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2, корп.8/6
		Самостоятельная работа обучающихся: учебная аудитория для самостоятельной работы. Оснащенность: - учебная мебель: столы, стулья.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2, корп.8/6

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Приступая к изучению дисциплины, обучающимся следует ознакомиться с предложенным преподавателем графиком учебного процесса, включающим самостоятельную работу. На основе этого графика обучающиеся смогут четко планировать объем работы и свое время, необходимое для выполнения внеаудиторной работы, подготовки к практическим занятиям и контрольным формам обучения. Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа: первый этап – организационный, второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний, практическое освоение теории.

На первом этапе студент планирует свою подготовку, которая включает:

- уяснение задания на практическую работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию, которая включает:

- изучение рекомендованной литературы, штудирование конспекта лекции;
- приготовление, рекомендованных преподавателем, материалов для выполнения графических работ (бумага определенного формата и качества, графические инструменты и др.);
- подбор аналогового материала, поиск источников творчества (по необходимости);
- выполнение поисковых эскизов;
- доработка итоговых (чистовых) графических листов.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Изучение курса предполагает большой удельный вес самостоятельной работы обучающихся. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; поиск нетривиальных решений; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение практических работ. Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в

достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности. Основу самостоятельной работы студента составляет работа с графической композицией, из которой следует определенная последовательность действий. Эти действия стимулируют развитие логического, рационального и творческого подхода к решению практических задач. Просмотр студентами тематических информационных ресурсов и лекций, последующее их обсуждение является неотъемлемой частью учебной работы по дисциплине. Групповое обсуждение текущих заданий проходит в конце каждого раздела учебной программы данной дисциплины.

Важную часть самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Работа с информационным ресурсом (книгой, текстом) предполагает определенную последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом. Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы. Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- план – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала, подробно составленный план вполне заменяет конспект;
- конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника.

Различаются четыре типа конспектов:

- план-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении;
- текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника;
- свободный конспект - это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала, в нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- тематический конспект - составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Изучая материал источника, составляя конспект нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Во время подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение обучающимися учебного материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Хорошая теоретическая подготовка является залогом качественного выполнения практических работ. Так же, выполняя самостоятельно практические задания, необходимо придерживаться условий задания, оговоренной последовательности его выполнения и строго соблюдать требования к оформлению данной графической работы.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Визуальные коммуникации в рекламе
Код, направление подготовки 54.03.01 Дизайн
Направленность (профиль) Графический дизайн

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-3 Способен к художественно-технической разработке дизайн проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПКС-3.1. Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, учитывая свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов, предпочтения целевой аудитории	Знать: З1 композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, современные тенденции и предпочтения целевой аудитории.	не называет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, не знает современные тенденции и предпочтения целевой аудитории.	перечисляет, допуская существенные ошибки композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, современные тенденции и предпочтения целевой аудитории.	перечисляет, допуская несущественные ошибки композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, современные тенденции и предпочтения целевой аудитории.	уверенно и без ошибок перечисляет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта, современные тенденции и предпочтения целевой аудитории.
		Уметь: У1 находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации.	не демонстрирует умения находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации.	допуская существенные ошибки, находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации.	допуская несущественные ошибки, находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации.	уверенно и без ошибок находит дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации.
		Владеть: В1 навыками проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.	не владеет навыками проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.	владеет навыками проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в процессе выполнения типовых проектных задач.	владеет навыками проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в процессе выполнения типовых проектных задач с элементами творчества.	владеет навыками проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации в процессе самостоятельного выполнения творческих проектных задач.

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-3.2. Разрабатывает дизайн-макет объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, готовит графические материалы для передачи в производство.		Знать: <i>З2</i> методы и средства разработки дизайн-макета объекта визуальной информации.	не может перечислить методы и средства разработки дизайн-макета объекта визуальной информации.	перечисляет, допуская существенные ошибки методы и средства разработки дизайн-макета объекта визуальной информации.	перечисляет, допуская несущественные ошибки методы и средства разработки дизайн-макета объекта визуальной информации.	уверенно и без ошибок перечисляет методы и средства разработки дизайн-макета объекта визуальной информации.
		Уметь: <i>У2</i> разрабатывать дизайн-макет объекта визуальной информации.	не демонстрирует умения разрабатывать дизайн-макет объекта визуальной информации.	допуская существенные ошибки разрабатывает дизайн-макет объекта визуальной информации.	допуская несущественные ошибки разрабатывает дизайн-макет объекта визуальной информации.	уверенно и без ошибок разрабатывает дизайн-макет объекта визуальной информации.
		Владеть: <i>В2</i> навыками подготовки графических материалов для передачи в производство.	не владеет навыками подготовки графических материалов для передачи в производство.	владеет навыками подготовки графических материалов для передачи в производстве в процессе выполнения типовых проектных задач.	владеет навыками подготовки графических материалов для передачи в производство в процессе выполнения типовых проектных задач с элементами творчества.	владеет навыками подготовки графических материалов для передачи в производство в процессе самостоятельного выполнения творческих проектных задач.

КАРТА обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина Визуальные коммуникации в рекламе
Код, направление подготовки 54.03.01 Дизайн
Направленность (профиль) Графический дизайн

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Овчинникова, Раиса Юрьевна. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 239 с. : ил. - (Азбука рекламы). - Библиогр.: с. 227-229. - 2000 экз.. - Текст : непосредственный.	15	20	100	-
2	Борисов, Борис Леонидович. Технология рекламы и PR : учебное пособие / Б. Л. Борисов. - Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2001. - 622 с. : ил. - Библиогр.: с. 615-618. - Текст : непосредственный.	5	20	100	-
3	Катернюк, А. В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама : учебное пособие для студентов вузов / А. В. Катернюк. - Ростов н/Д : Феникс, 2001. - 316 с. - Библиогр.: с. 306. - Текст : непосредственный.	5	20	100	-
4	Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. : учебное пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 182 с. — ISBN 978-5-394-01530-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/5980.html	ЭР*	20	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ
<http://webirbis.tsogu.ru/>

Заведующий выпускающей кафедрой
дизайна архитектурной среды _____ А.И. Клименко

«__» _____ 2023 г.

Директор БИК _____ Д.Х. Каюкова

«__» _____ 2023 г.

М.П.

Согласование

Исполнитель	Срок согласования	Результат	Дата согласования	Комментарий
Согласовать "Визуальные коммуникации в рекламе _2023_54.03.01_ДЗГб (рабочие программы дисциплин)"				
Клименко Александр Иванович		Согласовано		
Руммо Екатерина Леонидовна		Согласовано		
Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано		

Утверждение

Исполнитель	Срок утверждения	Результат	Дата утверждения	Комментарий
Утвердить " Визуальные коммуникации в рекламе _2023_54.03.01_ДЗГб (рабочие программы дисциплин)"				
Клименко Александр Иванович		Утверждено		