

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.12.2025 11:19:35  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОПЦ.10 ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Специальность: 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Направленность (профиль): Графический дизайн и брендинг

Квалификация выпускника: Дизайнер

Уровень базового образования обучающегося: Основное общее образование

Форма обучения: Очная

Год набора: 2024

Рабочая программа учебной дисциплины ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 308 от 05.05.2022.

Автор-составитель: Одношовина Ю.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна, рисунка и живописи.

Протокол № 9 от 28.04.2025 г.

Заведующий кафедрой дизайна, рисунка и живописи

Ю.В. Одношовина

## Содержание

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии .....	3
2. Структура и содержание учебной дисциплины .....	6
3. Условия реализации учебной дисциплины .....	10
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины .....	13

# 1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины

## ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии

### 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалиста среднего звена) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Особое значение дисциплина имеет при формировании ОК 01-05, 09, ПК 1.1-1.3.

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ОК, ПК	Умения	Знания
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в	содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой

	<p>профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план</p> <p>рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования</p> <p>определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности</p> <p>презентовать бизнес-идею</p> <p>определять источники финансирования</p>	<p>грамотности</p> <p>правила разработки бизнес-планов</p> <p>порядок выстраивания презентации</p> <p>кредитные банковские продукты</p>
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические основы деятельности коллектива,</p> <p>психологические особенности личности</p> <p>основы проектной деятельности</p>
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>особенности социального и культурного контекста;</p> <p>правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 09	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)</p> <p>писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов профессиональной направленности</p>
ПК 1.1	<p>разрабатывать концепцию проекта;</p> <p>находить художественные специфические средства, новые образно-пластические решения для каждой творческой задачи;</p> <p>выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта;</p> <p>владеть классическими изобразительными и техническими приемами, материалами и средствами проектной графики и макетирования</p>	<p>современные тенденции в области дизайна;</p> <p>теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне</p>
ПК 1.2	<p>проводить предпроектный анализ;</p> <p>выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта;</p> <p>создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования;</p> <p>использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм;</p> <p>создавать цветовое единство в композиции по законам колористики;</p> <p>изображать человека и окружающую предметно-пространственную среду средствами рисунка и живописи;</p> <p>проводить работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования;</p>	<p>законы создания колористики;</p> <p>закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия;</p> <p>законы формообразования;</p> <p>систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику);</p> <p>преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию);</p> <p>принципы и методы эргономики</p>

	владеть основными принципами, методами и приемами работы над дизайн-проектом;		
ПК 1.3	использовать компьютерные технологии при реализации творческого замысла; осуществлять процесс дизайн-проектирования; разрабатывать техническое задание на дизайнерскую продукцию с учетом современных тенденций в области дизайна; осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учётом эргономических показателей	систематизация программ для процесса проектирования	компьютерных осуществлений дизайнерского

### Личностные результаты реализации программы воспитания

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей	ЛР 13
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 16
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 17
Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 18
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	ЛР 19
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 21
Активно применять полученные знания на практике.	ЛР 22
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	ЛР 23
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	ЛР 24
Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается.	ЛР 25

## 2. Структура и содержание учебной дисциплины

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>38</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>32</b>
в том числе:	-
лекционные занятия	14
практические занятия	18
<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>	<b>6</b>
Промежуточная аттестация в форме	Зачет с оценкой

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч. / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч.	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>8 семестр</b>			
<b>Тема 1.</b> Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»	<b>Содержание учебного материала</b>	1	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Понятийно-терминологический аппарат. Дизайн как компоновочная деятельность. Особенности профессионального менталитета дизайнера. Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы. Реклама как социально-экономическое явление. Графический дизайн. Место графического дизайна в рекламе.		
<b>Тема 2.</b> Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств.		
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2	
	Анализ позиционирования товара в рекламе. Результаты оформляются в виде презентации		
	<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b>	2	
	Подготовка презентации по теме: Влияние позиционирования на продвижение товара		
<b>Тема 3.</b> Механизмы воздействия рекламного образа.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Особенности восприятия рекламы.		
	<b>Практическая работа обучающихся:</b>	2	
	Исследование на тему: «Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов».		
<b>Тема 4.</b> Имажитивная реклама.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту		
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2	
	Анализ имажитивной рекламы. Механизм разработки. Творческое задание на тему: «Имажитивная реклама»		

	<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b> Творческое задание: Разработка имажитивной рекламы по заданной теме. Оформление в виде графических листов.	2	
<b>Тема 5.</b> Креативная реклама.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность (учебное исследование)		
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2	
	Исследование на тему: Анализ креативной рекламы. Творческое задание: разработка концепта методом проекта.		
<b>Тема 6.</b> Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Законы гармоничной композиции.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе. Основное средство выражения художественного образа – форма. 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.		
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2	
	Анализ контраста, нюанса, статики и динамики в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Оформление в виде графических листов с презентацией.		
<b>Тема 7.</b> Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Способы описания цвета и цветовые модели. Психологический эффект цвета в рекламе. Восприятие цвета. Национальные и культурные особенности восприятия цвета.		
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2	
	Анализ цвета в рекламе, методом проекта. Разработка мудборда по заданной теме. Разработка творческого задания на тему: «Цвет в рекламе»		
<b>Тема 8.</b> Конструктивная структура рекламы.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.		
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	3	
	Способы выделения элементов. Выполнение творческого задания на тему: «Конструктивная структура рекламы»		
<b>Тема 9.</b> Печатная реклама и ее элементы. Реклама в Интернете.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. 2. Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.		



<b>Тема 10.</b> Особенности дизайна наружной рекламы. Брендинг и реклама.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 1-5, 9 ПК 1.1, 1.2, 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Требования к максимальным размерам композиции. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Световая реклама, принципы ее проектирования. 2. Определение и создание бренда. Поиск рекламной идеи для разработки бренда. Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда. Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Принципы разработки рекламных кампаний.		
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	3	
	Графическая разработка вариантов рекламы для выбранной фирмы, с предложениями по продвижению продукта методом проекта. Оформление в виде графических листов и доклада.		
	<b>Самостоятельная работа обучающегося:</b>	2	
	Творческое задание: Принципы разработки рекламных кампаний. Оформление в виде графических листов.		
Всего		<b>38</b>	

### 3. Условия реализации учебной дисциплины

#### 3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии требует наличия лаборатории компьютерного дизайна.

Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПин 2.4.2 № 178-02).

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий для практических занятий, лабораторий, мастерских	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Лаборатория компьютерного дизайна, № 332	<p>(Аудитори32я для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)  <i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i>          Компьютер          Плазменная панель          Стол компьютерный          Стулья          Стол преподавателя          Стул преподавателя          Доска магнитно-маркерная          Доска для объявлений          Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».  <i>Программное обеспечение:</i>          1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)          Mozilla Firefox          Adobe Reader          Eset NOD32          Windows 10          Adobe Illustrator          Adobe InDesign          Adobe Photoshop          ARCHICAD 24          Blender          DragonBonesPro          Krita          PureRef          ZBrush 2021 FL          Microsoft Office 2016          На первых 4 + преподавательский          САПР Грация          САПР Assyst</p>
2.	Библиотека Читальный зал, № 122	Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер Сканер Стеллажи для книг Кафедра

	<p>Выставочный стеллаж          Каталогный шкаф          Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)          Стенд информационный  <b>Условия для лиц с ОВЗ:</b>          Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ          Линза Френеля          Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата          Клавиатура с нанесением шрифта Брайля          Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ          Световые маяки на дверях библиотеки          Тактильные указатели направления движения          Тактильные указатели выхода из помещения          Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения          Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля          Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».</p> <p><i>Программное обеспечение:</i>          1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)          Mozilla Firefox          Adobe Reader          ESET Endpoint Antivirus          Microsoft™ Office®          Google Chrome          «Гарант аэро»          КонсультантПлюс</p>
--	---

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

#### 3.2.1. Основные печатные и электронные издания

##### Печатные издания

1. Графический дизайн. Современные концепции: учебник / отв. ред. Е.Э. Павловская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2021. - 183с.
2. Ковешникова, Н.А. История дизайна: учеб. пособие / Н.А.Ковешникова. - 5 изд. - М.: Омега-Л, 2021. - 256 с.: ил. - (Университетская библиотека).
3. Поляков, В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учеб. и практикум / В.А.Поляков, А.А.Романов. - М.: Юрайт, 2021. - 502с.: 16л.ил.
4. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник/ Л.Н.Федотова. - М.: Юрайт, 2021. - 391с.
5. Хеллер, С. IDEA BOOK. Графический дизайн / С.Хеллер, Г.Андерсон. - СПб: Питер, 2021. - 120с.: ил.

##### Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Карпова, С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для спо / С.В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056> (дата обращения: 22.04.2025)

2. Основы дизайна и композиции: Современные концепции: учебник для спо / Е.Э. Павловская [и др.]; отв. ред. Е.Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 119 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565340> (дата обращения: 22.04.2025)
3. Поляков, В.А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для спо / В.А. Поляков, А.А. Романов. — Москва: Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021> (дата обращения: 22.04.2025)
4. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник / Л.Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2025. — 449 с. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560545> (дата обращения: 22.04.2025)

#### **Дополнительные источники (при необходимости)**

1. Меркулова, Л.А. Пропедевтика. Общая композиция: учебник / Л.А. Меркулова, М.Е. Ёлочкин. - М.: Академия, 2021. - 205 с.: ил
2. Синяева, И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для спо / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024> (дата обращения: 22.04.2025).

#### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины**

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

#### **Электронные образовательные ресурсы**

1. eLIBRARY.RU: Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>
2. ЭБС ЮРАЙТ - Режим доступа: <https://urait.ru>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» - Режим доступа: <http://znanium.com>
4. Статьи о рекламе [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
5. Ресурс о рекламе <https://www.advesti.ru/>
6. Теория, практика дизайна [www.rosdesign.com](http://www.rosdesign.com)
7. Журнал «Вещь» <https://rusavangard.ru/online/history/veshch-zhurnal/>

#### **Сведения об электронно-библиотечной системе**

№ п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе	Краткая характеристика
1	Наименование электронно-библиотечной системы, представляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	Образовательная платформа «Юрайт»: <a href="https://urait.ru">https://urait.ru</a>

#### 4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;</li> <li>- анализировать, опираясь на теоретическую базу, практическую деятельность в сфере рекламы;</li> <li>- решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения предмета «Дизайн и рекламные технологии»;</li> <li>- выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности;</li> <li>- выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в рекламе;</li> <li>- ориентироваться в терминах и определениях.</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения, виды и цели рекламы, средства распространения рекламы;</li> <li>- сущность формирования ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару;</li> <li>- особенности современного рынка рекламы;</li> <li>- виды и специфику производства рекламы;</li> <li>- особенности, достоинства и недостатки рекламы в прессе, радио, наружной и почтовой рекламы;</li> <li>- понятие и роль художественного образа в рекламе;</li> <li>- особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей.</li> </ul>	<p>Оценка «отлично»</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предоставление студентом всех программных заданий.</li> <li>2. Решение всех учебных задач, поставленных преподавателем.</li> <li>3. Предоставление студентом полного объема практических работ.</li> </ol> <p>Оценка «хорошо»</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предоставление студентом всех программных заданий.</li> <li>2. Решение не всех учебных задач, поставленных преподавателем.</li> <li>3. Предоставление студентом не полного объема практических работ.</li> </ol> <p>Оценка «удовлетворительно»</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Предоставление студентом не всех программных заданий.</li> <li>2. Решение не всех учебных задач, поставленных преподавателем.</li> <li>3. Предоставление студентом неполного объема практических работ.</li> </ol> <p>Оценка «неудовлетворительно»</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие значительной части программных заданий.</li> <li>2. Формальное решение учебных задач, поставленных преподавателем.</li> <li>3. Предоставление студентом неполного объема практических работ.</li> </ol>	<p><i>Текущий контроль:</i> Оценка по практическим и самостоятельным видам работ – защита презентаций, проверка творческих работ</p> <p><i>Промежуточный контроль:</i> Зачет с оценкой (Комбинированная проверка знаний в виде презентации оформленных графических листов и доклада)</p>