

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 11.07.2025 11:43:54
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

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

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦВЕТ В РЕКЛАМЕ

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Направление профиль: Графический дизайн и брендинг

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очно-заочная

Год набора-2022

Челябинск 2023

Рабочая программа дисциплины Цвет в рекламе разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 13 августа 2020 г. № 1015.

Автор-составитель: Одношовина Ю. В.

Рабочая программа утверждена и одобрена на заседании кафедры дизайна, рисунка и живописи. Протокол № 10 от 29 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой дизайна,
рисунка и живописи,
кандидат культурологии, доцент

Ю. В. Одношовина

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля), цели и задачи освоения дисциплины (модуля).....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	5
6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	8
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)	8
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	9
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	9
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.....	12
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)	14

1. НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Наименование дисциплины

Цвет в рекламе

1.2. Цель дисциплины

Сформировать у студентов знания, отвечающие современному уровню исполнения рекламной продукции, ознакомить их с основными закономерностями цветового восприятия композиционной организации структуры изображения в дизайне, привить профессиональные навыки работы с цветом в плоскостной и объемно-пространственной форме, выработать чувства меры, в поисках художественной выразительности изображения объекта и развить индивидуальные творческие возможности.

1.3. Задачи дисциплины

В ходе освоения дисциплины студент должен решать такие задачи как:

- изучить исторические этапы развития культуры цвета в контексте истории искусств и истории дизайна;
- ориентироваться в тенденциях развития цветовой культуры современного общества, а также, в основных направлениях, концепциях цвета в рекламе
- усвоить основные законы сочетания цвета и приемы применения основных законов при решении поставленных задач;
- сформировать знания о ключевых элементах цветовых композиций, усвоить технические и художественные требования к выполненной работе
- сформировать умение анализировать творческий почерк мастеров, направления, стили
- изучить особенности восприятия цвета в рекламе различными категориями потребителей;
- оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины (модуля) Цвет в рекламе направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ПК-1 Способен к проведению предпроектных дизайнерских исследований при создании продукта	ПК-1.1 Анализирует потребности и предпочтения целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
	ПК-1.2 Проводит сравнительный анализ аналогов проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации
	ПК-1.3 Оформляет результаты дизайнерских исследований и формирует предложения по направлениям работ в сфере дизайна объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

ПК-3 Способен осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов, объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-3.1 Анализирует информацию, находит и обосновывает правильность принимаемых дизайнерских решений с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории
	ПК-3.2 Использует специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации
	ПК-3.3 Выстраивает взаимоотношения с заказчиком с соблюдением делового этикета

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Цвет в рекламе относится к факультативным дисциплинам учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) Графический дизайн и брендинг.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ (ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 36 академических часов. Дисциплина изучается на 3 курсе, 6 семестре.

Состав и объем дисциплины и виды учебных занятий

Вид учебной работы	Всего	Разделение по семестрам
		6
Общая трудоемкость ЗЕТ	1	1
Общая трудоемкость, час.	36	36
Аудиторные занятия, час.	20	20
Лекции, час.	8	8
Практические занятия, час.	12	12
Самостоятельная работа	12	12
Курсовой проект (работа)	-	-
Контроль	4	4
Вид итогового контроля (экзамен)	Зачет	Зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса Цвет в рекламе

Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы

Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.

Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.

Тема 5. Имажитивная реклама.

Тема 6. Креативная реклама.

Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.

5.2. Тематический план

Номера и наименование разделов и тем	Количество часов					
	Общая трудоёмкость	из них				
		Самостоятельная работа	Аудиторные занятия	из них		Контроль
				Лекции	Практические занятия	
6 семестр						
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса Цвет в рекламе .	2	-	2	1	1	
Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	2	-	2	1	1	
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	3	-	3	1	2	
Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.	3	-	3	1	2	
Тема 5. Имажитивная реклама.	3	-	3	1	2	
Тема 6. Креативная реклама.	3	-	3	1	2	
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	16	12	4	2	2	
Контроль	4					4
Всего по дисциплине	36	12	20	8	12	4
Всего зачетных единиц	1					

5.3. Лекционные занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса Цвет в рекламе	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.	1	ПК-1 ПК-3
Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств.	1	ПК-1 ПК-3
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	Особенности восприятия рекламы. Роль стереотипов в рекламе.	1	ПК-1 ПК-3

Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.	Понятие архетип. Основные архетипы. Архетип в рекламе. Роль архетипа в становлении менталитета человека.	1	ПК-1 ПК-3
Тема 5. Имажитивная реклама.	Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту.	1	ПК-1 ПК-3
Тема 6. Креативная реклама.	Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность.	1	ПК-1 ПК-3
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе.	2	ПК-1 ПК-3

5.4. Практические занятия

Тема	Содержание	час.	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса Цвет в рекламе	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.	1	ПК-1 ПК-3	Работа с терминами и определениями Защита проекта, доклада
Тема 2. Социально-психологические основы эффективной рекламы	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ психологических особенностей и типов личности заказчика.	1	ПК-1 ПК-3	Работа с терминами и определениями Защита творческого задания
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов. Оформление исследования в виде презентации и доклада.	2	ПК-1 ПК-3	Работа с терминами и определениями Защита творческого задания, доклада Презентация,
Тема 4. Архетип и символ как инструмент создания эффективной рекламы.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ архетипов и символов в современной рекламе. Оформление исследования в виде презентации и доклада.	2	ПК-1 ПК-3	Работа с терминами и определениями Защита проекта, доклада

				Презентация,
Тема 5. Имажинативная реклама.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ эмоционального контекста в рекламе	2	ПК-1 ПК-3	Работа с терминами и определениями Защита проекта
Тема 6. Креативная реклама.	Закрепление теоретических знаний на практике. Анализ креативной рекламы. Разработка креативной рекламы по заданной теме. Оформление в виде графических листов.	2	ПК-1 ПК-3	Работа с терминами и определениями Защита проекта Презентация
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	Закрепление теоретических знаний на практике. Выявление влияния физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе.	2	ПК-1 ПК-3	Работа с терминами и определениями Защита творческого задания Презентация

5.5. Самостоятельная работа обучающихся

Тема	Виды самостоятельной работы	часы	Формируемые компетенции	Методы и формы контроля формируемых компетенций
Тема 7. Универсальные законы восприятия композиции рекламы.	1. Изучение лекционного материала по теме. 2. Выполнение домашнего задания по теме	12	ПК-1 ПК-3	Проверка домашнего задания. Самостоятельная работа, включающая теоретическую часть и практическую часть.

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (далее – ФОС) по дисциплине Цвет в рекламе представлен отдельным документом и является частью рабочей программы.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Печатные издания

1. Адамс Шон Словарь цвета для дизайнеров / Ш. Адамс; предисл. Джессики Хелфанд; пер. с англ. Н. Томашевской. - М.: КоЛибри; Азбука-Аттикус, 2019. - 256с.: ил.
2. Альберс Дж. Взаимодействие цвета / Дж. Альберс, пер. с англ. Д. Халиковой. - М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2019. - 216с.
3. Голубева А.А. Основы колористики и цветоведения: учебник / А.А. Голубева. - 1-е изд. - Москва: Издательство В. Шевчук, 2019. - 144с.: ил.

4. Поляков В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учеб. и практикум для бакалавриата / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Юрайт, 2019. - 502с.: 16л.ил.

5. Стоун Т.Л. Дизайн и цвет. Практикум: реальное руководство по использованию цвета в графическом дизайне / Т.Л. Стоун, Ш. Адамс; пер. с англ. А. Мороза; под ред. В. Измайлова. - Москва: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2020. - 240с.: ил.

6. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика: учеб. для бакалавриата / Л.Н. Федотова. - М.: Юрайт, 2019. - 391с.

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Колышкина Т.Б. Реклама в местах продаж: учебное пособие для вузов / Т.Б. Колышкина, И.В. Шустина, Е.В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 222 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541700> (дата обращения: 17.05.2023).

2. Лютов В.П. Цветоведение и основы колориметрии: учебник и практикум для вузов / В.П. Лютов, П.А. Четверкин, Г.Ю. Головастики. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 224 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537403> (дата обращения: 17.05.2023).

3. Поляков В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535961> (дата обращения: 17.05.2023).

4. Федотова Л.Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л.Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 449 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536261> (дата обращения: 17.05.2023).

Дополнительные источники (при необходимости)

1. Клиффорд Д. Иконы графического дизайна / Д. Клиффорд. - М.: Эксмо, 2019. - 240 с.: ил.

2. Фрейзер Том Графический дизайн. Мастер –класс / Том Фрейзер, Адам Бэнкс. - РИП-холдинг: М., 2019. - 256с.: ил.

3. Фрейзер Том Цвет в дизайне. Мастер – класс / Том Фрейзер, Адам Бэнкс. - РИП-холдинг: М., 2019. - 256с.: ил.

4. Хеллер С. IDEA BOOK. Графический дизайн / С. Хеллер, Г. Андерсон. - СПб: Питер, 2019. - 120с.: ил.

5. Хембри Р. Самый полный справочник Графический дизайн: Как научиться понимать графику и визуальные образы / Р. Хембри. - М.: АСТ, 2019. - 192с.: ил

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Электронные образовательные ресурсы

•Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: <https://minobrnauki.gov.ru/>;

•Федеральный портал «Российское образование»: <http://edu.ru/>;

•Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»: <http://window.edu.ru/>;

•Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов: <http://school-collection.edu.ru/>;

- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов: <http://fcior.edu.ru/>;
- Справочно-правовая система "ГАРАНТ" <http://www.i-exam.ru>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Цвет в рекламе должна сформировать практические навыки работы студента с рекламной продукцией. Теоретические знания о рекламе – это средства достижения этой цели.

Структура дисциплины включает в себя 7 тем, лекции, практические занятия и самостоятельную работу обучающихся.

По учебному плану на изучение курса Цвет в рекламе отводится 36 часа в соответствии с государственным стандартом высшего профессионального образования, из них 34 часа – на аудиторную работу и 2 часа на самостоятельную работу студентов. В процессе аудиторной работы используются такие формы обучения как лекции и практические занятия.

Для организации самостоятельной работы предназначен фонд оценочных средств по дисциплине Цвет в рекламе, в котором содержатся описание заданий для текущего контроля, методические рекомендации к их выполнению, а также вопросы к экзамену.

Самостоятельная работа студентов заключается в выполнении графических заданий, поиске информации в библиотеке, в интернет - классе, изучении справочной и нормативной литературы. Контроль над ходом выполнения практических работ преподавателем осуществляется в аудиторном режиме. При оценке творческой работы студентов преподаватель учитывает следующие моменты:

- формально-образное выражение в рекламе содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики;
- соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи;
- стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов и среды;
- соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретной задачи;
- оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры.

Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим.

Лекции – форма учебного занятия, цель которого состоит в рассмотрении теоретических вопросов излагаемой дисциплины в логически выдержанной форме. Очно-заочная форма обучения предполагает чтение лишь установочных лекций по каждому разделу курса. Лектор успевает только заложить фундамент знаний по дисциплине и наметить линию для дальнейшего самостоятельного изучения курса студентами. Он акцентирует внимание студентов на наиболее важных моментах обширного по объему изучаемого материала. Поэтому студентам настоятельно рекомендуется посещать все лекции и вести конспекты лекций, выделяя в них ключевые моменты. Для активизации процесса запоминания материала при конспектировании лекций необходимо учесть следующие рекомендации.

Целесообразно:

1. Разделить поле тетради на две части (сделав поля по 5 см.). Меньшее поле используется для опорных слов, составления небольших таблиц и схем, а основное поле – для остального текста;
2. Выстраивать большую часть основного содержания структурно: в столбик в виде сравнительных таблиц;

3. Максимально использовать схемы, чертежи и рисунки;

4. Свести к минимуму информацию в форме развернутых предложений, используя для вступительной части и выводов;

5. Выделять новые темы и опорные слова.

Для лучшего усвоения только что прослушанной лекции рекомендуется повторять мысленно содержание лекций каждый раз сразу после прочитанного лекционного материала, лучше во время ходьбы по дороге домой, а дома просматривать материал, который вызвал затруднение при воспоминании.

Процесс обучения имеет две стороны: с одной стороны, необходимо владеть теоретическими знаниями, с другой - нужна непрерывная практика для закрепления и совершенствования полученных знаний. Эти две составляющих учебного процесса должны находиться в постоянном взаимодействии, делая процесс обучения основам любой дисциплины более динамичным и результативным. Только руководствуясь опытом практической работы, в процессе которой развиваются практические умения и навыки, закрепляются и систематизируются полученные знания, опираясь на совет педагога-профессионала, можно решить различные учебные задачи. Поэтому, несмотря на приоритет лекционного материала, часть аудиторного времени по данному курсу отводится практической работе.

Практические занятия – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение умений и навыков.

Каждому студенту целесообразно выполнять практические задания. Участие в творческих занятиях позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами групп будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.

Кроме того, студенты получают от преподавателя индивидуальные задания на самостоятельную работу, заключающиеся в подготовке творческих и исследовательских работ. При подготовке работ студент, изучив список рекомендуемой по данной проблематике литературы и проконсультировавшись с преподавателем, составляет план своей работы и подбирает материал, позволяющий раскрыть основные вопросы этого плана.

При решении проблемных задач, полученных от преподавателя, студент подбирает и изучает литературу по данной проблематике, что позволяет ему найти правильное решение, и наглядно его представить.

Практическая работа предполагает выполнение конкретного задания или решение определенных задач под руководством педагога. Педагог должен не только сообщить обучаемым необходимые теоретические знания, развить практические умения и навыки, но и выработать у студентов понимание всей последовательности выполняемой работы, начиная от целей и задач и заканчивая техническим воплощением замысла. Стоит отметить, что не только раскрытие четкой последовательности выполнения заданий и озвучивание требований к работе будут способствовать формированию осознанного отношения к учебному процессу. Крайне важным при этом является решение текущих задач. Во время учебного процесса педагог должен обращать внимание студентов на эти моменты, делать их неотъемлемой частью работы. Только в этом случае возможен синтез и конструктивное использование знаний, полученных на занятиях по разным дисциплинам. Такой подход способен активизировать обращение обучаемых к использованию теоретических знаний в практической работе.

Чтобы добиться осознанного отношения к учебному процессу студентам необходимо научиться самостоятельно строить свою работу, искать идею, формулировать цели, выявлять скрытые проблемы, совершенствовать техническое мастерство.

При выполнении практической самостоятельной работы необходимо четко выполнять задачи и требования, поставленные педагогом. Также следует обратить внимание на тщательность исполнения работы.

В связи с введением в образовательный процесс нового Федерального государственного образовательного стандарта все более актуальной становится задача организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного руководства педагога, но по его заданиям и под его контролем.

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы. Студенту предоставляется возможность работать во время учебы более самостоятельно, чем учащимся в средней школе. Студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

При определении содержания самостоятельной работы студентов следует учитывать их уровень самостоятельности и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения искомый уровень был достигнут.

При подготовке к зачетам (экзаменам) следует в первую очередь повторить весь пройденный за семестр материал.

Формы самостоятельной работы студентов определяются при разработке рабочих программ учебных дисциплин, содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине, и может проходить в письменной, устной или смешанной формах.

Самостоятельная работа студентов заключается в выполнении графических заданий, поиске информации в библиотеке, в интернет - классе, изучении справочной и нормативной литературы. Контроль над ходом выполнения лабораторных работ преподавателем осуществляется в аудиторном режиме. При оценке творческой работы студентов преподаватель учитывает следующие моменты:

- формально-образное выражение в рекламе содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики;
- соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи;
- стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов и среды;
- соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретной задачи;
- оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры. Большую роль в лабораторных занятиях со студентами и, соответственно, в успешности их самостоятельной работы играет обсуждение итогов на каждом этапе работы, дающее студенту возможность сравнить свой результат с чужим.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, СОВРЕМЕННЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Перечень информационных технологий:

Платформа для презентаций Microsoft powerpoint;
Онлайн платформа для командной работы Miro;
Текстовый и табличный редактор Microsoft Word;
Портал института <http://portal.midis.info>

Перечень программного обеспечения:

1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755)
Mozilla Firefox
Adobe Reader
Eset NOD32
Adobe Illustrator
Adobe InDesign
Adobe Photoshop
ARCHICAD 24
Blender
DragonBonesPro
Krita
PureRef
ZBrush 2021 FL
Microsoft Office 2016
CorelDRAW
Microsoft™ Windows® 10 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166)
Microsoft™ Office®
Google Chrome
«Балаболка»
NVDA.RU

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

«Гарант аэро»
КонсультантПлюс
Научная электронная библиотека «Elibrary.ru».

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»: https://urait.ru

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий, аудиторий для практических занятий	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет информационных систем в профессиональной деятельности № 334 (Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	Компьютер Плазменная панель Стол компьютерный Стулья Стол преподавателя Стул преподавателя Доска магнитно-маркерная 1 створчатая Доска для объявлений Условия для лиц с ОВЗ: Клавиатура с нанесением шрифта Брайля Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ Расширенный дверной проем Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».
2.	Библиотека Читальный зал № 122	Автоматизированное рабочее место библиотекаря Автоматизированное рабочее место читателей Принтер Сканер Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный Условия для лиц с ОВЗ: 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, выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

