

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА И УПРАВЛЕНИЯ»**

Департамент Дизайна и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Ректор  
Международной академии бизнеса и  
управления

Е.В. Добренькова

«21» марта 2024 г.

ОДОБРЕНО

Учёным советом  
Международной академии бизнеса и  
управления

(протокол № 5

от «14» марта 2024 г.)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины

**Б1.В.04**

**«ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО МАСТЕРСТВА»**

Направление подготовки (специальность):

54.03.01 «Дизайн»

Направленность (профиль):

**«Графический дизайн»**

Уровень (квалификация (степень) выпускника): бакалавр

Москва

2024 г.

Основная профессиональная образовательная программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по специальности 54.03.01 «**Дизайн**», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1015 от 13.08.2020 г. (зарегистрирован в Минюсте России «27» августа 2020 г. № 59498).

**Составитель(и) рабочей программы:**

Доцент департамента Дизайна и рекламы АНО ВО МАБиУ

О.Р. Дулатова

Преподаватель департамента Дизайна и рекламы АНО ВО МАБиУ  
И.С. Некрасова

**Рецензент:** Доцент департамента Дизайна и рекламы АНО ВО МАБиУ  
Кандидат искусствоведения

М.В. Решетова

Рабочая программа одобрена на заседании департамента Дизайна и рекламы

(протокол № 7 от «07» марта 2024 г.)

Руководитель департамента Дизайна и рекламы  
кандидат социологических наук, доцент

А.Д. Царюк

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи дисциплины
2. Планируемые результаты освоения дисциплины
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
4. Объём дисциплины
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся
7. Материалы оценивания результатов обучения по дисциплине
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы и иных источников
9. Материально-техническое обеспечение
10. Лист регистрации изменений

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов целостного представления о месте и значимости основы производственного мастерства как специальной отрасли современного знания и профессиональной деятельности. Изучение дисциплины подразумевает усвоение её понятийно-категориального аппарата, концепции основ производственного мастерства.

Задачи:

- формирование целостного представления о целях и задачах дизайн-проекта;
- формирование понимания о значимости, исследование рынка, изучения требований и ожиданий целевой аудитории, анализировать конкурентов;
- ознакомление с основными процессами разработки концепции рекламной компании;
- повышение общей эрудированности будущих профессионалов, формирование способностей анализа процессов, при осуществлении создания дизайн-проекта.

## 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК) ПК-1; ПК-3 в соответствии с ФГОС 3+.

Результаты обучения, соотнесённые с общими результатами освоения образовательной программы

Таблица 1.1

Код компетенции	Содержание (наименование) компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-1	Способен к подготовке и согласованию с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-1.1	Знать методику и современные направления комплексного проектирования упаковки в различных условиях торговли.
		ПК-1.2	Уметь определять оптимальный состав пластических приемов для проектирования и макетного воплощения проектируемого решения упаковки.
		ПК-1.3	Владеть навыками эскизно-проектной разработки упаковки для выездных рекламных акций.

ПК-3	Способен к организации выполнения работ по изготовлению объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-3.1	Знать основы теории и методологии проектирования в графическом дизайне.
		ПК-3.2	Уметь применять процессы производства в области полиграфии, упаковки, фотографии.
		ПК-3.3	Владеть анализом и логическим обоснованием выбранного решения.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Основы производственного мастерства» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений дисциплин – Б1.В.04 и изучается:

- по очной форме обучения на 2-м курсе в 4-м, на 3-м курсе в 5-м, 6-м, на 4-м курсе в 7-м семестре;

- по очно-заочной форме обучения на 3-м курсе в 5-м, 6-м, на 4-м курсе в 7-м, 8-м семестре.

Изучение учебной дисциплины базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных обучающимися при изучении предшествующих курсов: “Цветоведение и колористика”; “Материаловедение в графическом дизайне”; “Пропедевтика в графическом дизайне”; “Основы инженерного обеспечения дизайна”; “Макетирование в графическом дизайне”.

Изучение учебной дисциплины ориентировано на более качественное и всестороннее освоение таких дисциплин, как: “Компьютерная графика в графическом дизайне”; “Композиция печатных изданий”; “Техника графики”; “Конструирование в графическом дизайне”; “Проектирование в графическом дизайне”.

Изучение дисциплины обусловлено необходимостью формирования умений и навыков в области проектной деятельности. Основы производственного мастерства – это описание практической реализации воплощения замысла дизайнера.

#### 4. ОБЪЁМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость (объём) дисциплины «Основы производственного мастерства» составляет 11 зачетных единиц или 396 академических часа.

Распределение объёма дисциплины по видам работ по очной форме обучения

Таблица 2.1

Вид учебной работы		Всего часов	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр
Контактная (в т.ч. аудиторная) работа обучающихся с преподавателем		<b>192</b> <b>(184)</b>	<b>34(32)</b>	<b>50(48)</b>	<b>50(48)</b>	<b>58(56)</b>
в том числе: лекции		-	-	-	-	-
в том числе: практические и семинарские занятия		184	32	48	48	56
Самостоятельная работа обучающихся		<b>168</b>	38	58	58	14
Курсовая работа		-	-	-	-	-
Форма промежуточной аттестации	Зачёт без оценки	-	-	-	-	-
	Зачет с оценкой (дифф. зачет)	<b>6</b>	2	2	2	-
	Экзамен	<b>2</b> <b>+36</b>	-	-	-	2 +36
Итого: Общая трудоёмкость учебной дисциплины (в часах, зачетных единицах)		<b>396</b> <b>(11 з.е)</b>	<b>72</b> <b>(2 з.е)</b>	<b>108</b> <b>(3 з.е)</b>	<b>108</b> <b>(3 з.е)</b>	<b>108</b> <b>(3 з.е)</b>

Распределение объёма дисциплины по видам работ по очно-заочной форме обучения

Таблица 2.2

Вид учебной работы		Всего часов	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Контактная (в т.ч. аудиторная) работа обучающихся с преподавателем		<b>100</b> <b>(92)</b>	<b>22(20)</b>	<b>26(24)</b>	<b>26(24)</b>	<b>26(24)</b>
в том числе: лекции		-	-	-	-	-
в том числе: практические и семинарские занятия		92	20	24	24	24
Самостоятельная работа обучающихся		<b>260</b>	<b>50</b>	<b>82</b>	<b>82</b>	<b>46</b>
Курсовая работа		-	-	-	-	-
Форма промежуточной аттестации	Зачёт без оценки	-	-	-	-	-
	Зачет с оценкой	<b>6</b>	2	2	2	-

	(дифф. зачет)					
	Экзамен	<b>2</b> <b>+36</b>	-	-	-	<b>2</b> <b>+36</b>
Итого: Общая трудоемкость учебной дисциплины (в часах, зачетных единицах)		<b>396</b> <b>(11 з.е)</b>	<b>72</b> <b>(2 з.е)</b>	<b>108</b> <b>(3 з.е)</b>	<b>108</b> <b>(3 з.е)</b>	<b>108</b> <b>(3 з.е)</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

### 5.1 Распределение учебного времени по темам (разделам) и видам учебных занятий

Таблица 3.1

#### Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и/или тем	Трудоемкость дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***	Код индикатора достижения компетенции
		Всего	Контактная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем по видам учебных занятий				СР		
			Л	ЛР	ПЗ	КСР			
1	Тема 1. «Серия печатных рекламно-информационных материалов»	<b>72</b>	-	-	34	-	38	О	ПК-1.1, ПК-1.2
2	Тема 2. «Комплексный дизайн-проект серии плакатов наружной и печатной рекламы»	<b>108</b>	-	-	50	-	58	О	ПК-1.3 ПК-3.1, ПК-3.2
3	Тема 3. «Разработка визуальных коммуникаций на различных визуальных носителях»	<b>108</b>	-	-	50	-	58	Д	ПК-1.1 ПК-3.1
4	Тема 4. «Рекламно-графическая разработка дизайн-проекта для рекламной кампании.»	<b>72</b>	-	-	58	-	14	О	ПК-3.1, ПК-3.3

Промежуточная аттестация	<b>2+36</b>	-	-	-	-	-	Экз	
Всего:	<b>396</b>	-	-	<b>192</b>	-	<b>168</b>	<b>2 +36</b>	

*\*\* – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

*\*\*\* - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО).*

Таблица 3.2

**Очно-заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование разделов и/или тем	Трудоемкость дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***	Код индикатора достижения компетенции
		Всего	Контактная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем по видам учебных занятий				СР		
			Л	ЛР	ПЗ	КСР			
1	Тема 1. «Серия печатных рекламно-информационных материалов»	<b>72</b>	-	-	22	-	50	О	ПК-1.1, ПК-1.2
2	Тема 2. «Комплексный дизайн-проект серии плакатов наружной и печатной рекламы»	<b>108</b>	-	-	26	-	82	О	ПК-1.3 ПК-3.1, ПК-3.2
3	Тема 3. «Разработка визуальных коммуникаций на различных визуальных носителях»	<b>108</b>	-	-	26	-	82	Д	ПК-1.1 ПК-3.1
4	Тема 4. «Рекламно-графическая разработка дизайн-проекта для рекламной кампании.»	<b>72</b>	-	-	26	-	46	О	ПК-3.1, ПК-3.3
9	Промежуточная аттестация	<b>2+36</b>	-	-	-	-	-	Экз	
Всего:		<b>396</b>	-	-	<b>100</b>	-	<b>260</b>	<b>2 +36</b>	



*\*\* – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

*\*\*\* - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО).*

## **5.2 Содержание разделов дисциплины и рекомендации по изучению тем**

### **Общая тема 5-го семестра «Серия печатных рекламно-информационных материалов»**

#### **1. Ознакомление с методикой проведения работы в области проектирования упаковки.**

Для ознакомления с методикой проведения работы в области проектирования упаковки в графическом дизайне следует выполнить следующие шаги:

- 1. Изучение целевой аудитории.** Определить, кто будет вашей целевой аудиторией и какие потребности вы хотите удовлетворить с помощью вашего дизайна упаковки. Рассмотреть возрастные группы, пол, интересы и предпочтения вашей целевой аудитории.
- 2. Исследование рынка.** Изучить существующие упаковочные решения для анализа трендов, конкуренции и успешных дизайнов в нужной отрасли. Использовать этот анализ для определения преимуществ вашего дизайна и избегания похожих решений.
- 3. Создание концепции.** Разработать концепцию дизайна упаковки, исходя из информации, полученной из предыдущих шагов. Определить основные элементы дизайна, такие как цветовая палитра, шрифты, изображения и композиция, которые помогут установить нужное настроение и вовлечь целевую аудиторию.
- 4. Создание макета.** При помощи графического софта создать макет упаковки, чтобы визуализировать концепцию. Он должен включать в себя все элементы дизайна, а также информацию о продукте, логотип компании и необходимые правовые соответствия (состав, пищевые стандарты и т. д.).
- 5. Тестирование и улучшение.** Когда макет готов, провести тестирование дизайна упаковки среди представителей вашей целевой аудитории. Получить обратную связь и учесть ее для доработки и улучшения дизайна.
- 6. Предоставление окончательного макета.** По завершении тестирования и внесения необходимых изменений, предоставить окончательный макет упаковки в типографию для воплощения дизайна в реальность.

Вводная лекция. Выдача задания.

Практическое задание:

Общее художественно-образное и объёмно- пространственное решение. Выполнение эскизных вариантов проекта.

## **2. Счёт функциональных и художественных требований в соответствии с видом продукции.**

При разработке графического дизайна продукции важно учитывать и функциональные, и художественные требования. Функциональные требования относятся к практическому использованию продукта. Это может включать информацию о размерах, форме, размещении элементов, технических характеристиках и т. д. Например, если вы разрабатываете упаковку продукта, функциональные требования могут включать правильные размеры и форму, удобство открытия и использования, безопасность при транспортировке и хранении и т. д. Художественные требования относятся к эстетическим аспектам продукта. Это может включать выбор цветовой схемы, шрифтов, стилей и композиции, чтобы создать эффективное и привлекательное визуальное впечатление. Когда разрабатывается графический дизайн, важно принимать во внимание целевую аудиторию и контекст, в котором будет использоваться продукт. Учет функциональных и художественных требований поможет создать графический дизайн, который не только эстетически привлекателен, но и соответствует потребностям и ожиданиям пользователей или заказчиков продукта.

Практическое задание:

Разработка концепции рекламной кампании.

## **3. Решение шрифтовой информации и изобразительного ряда в соответствии с выбранным продуктом, определение связи изображения с объемной формой.**

В графическом дизайне, решение шрифтовой информации и изобразительного ряда является важной частью процесса создания дизайна. Оно включает выбор подходящих шрифтов, их размеров, стилей и расположения на дизайне, чтобы достичь желаемого эффекта и передать нужное сообщение. Подходящие шрифты должны быть легко читаемыми и соответствовать характеру продукта или бренда. Определение связи изображения с объемной формой представляет собой процесс позиционирования и организации изображений на дизайне, чтобы создать впечатление объемности и глубины. Это может включать регулировку размеров и масштабов изображений, их расположение в пространстве, использование перспективы и теней, а также других графических приемов. Графический дизайнер может использовать различные программы и инструменты для работы с шрифтовой информацией и изобразительным рядом, такие как графические редакторы, компьютерные шрифты и типографские правила. Цель состоит в том, чтобы создать читабельный, эстетически приятный и эффективный дизайн, который привлечет внимание целевой аудитории и передаст нужную информацию или эмоции.

Практическое задание:

Разработка основных визуальных элементов с учетом основных коммуникационных каналов.

## **4. Изучение особенностей восприятия покупателем рекламно-графической информации при выборе товара.**

Изучение особенностей восприятия покупателем рекламно-графической информации при выборе товара в графическом дизайне – это процесс исследования того, как потребители взаимодействуют с графическими элементами в рекламе и как это влияет на их выбор товара. При изучении этих особенностей обычно проводятся эксперименты и исследования, направленные на выявление оптимальных параметров графических

элементов рекламы, таких как цвета, формы, размеры, композиция и прочие детали, которые могут влиять на восприятие и внимание потребителей. Например, исследования показывают, что яркие и контрастные цвета привлекают больше внимания, а правильно размещенные иерархические элементы и порядок чтения помогают передать ключевые сообщения и вызвать желаемую реакцию. Также изучается, как возраст, пол, социальный статус и другие факторы могут влиять на восприятие рекламы. Изучение этих особенностей помогает рекламным дизайнерам создавать эффективные и привлекательные графические рекламные материалы, а маркетологам – лучше понимать потребности и предпочтения своей целевой аудитории для создания более успешных рекламных кампаний.

Практическое задание:

Работа над основными рекламоносителями в дизайн-проекте.

## **5. Применение знаний и навыков в проектно-графической работе макетирования.**

Применение знаний и навыков в проектно-графической работе макетирования включает в себя следующие аспекты:

- 1. Использование программного обеспечения.** Для создания макетов часто используют приложения Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Sketch, Figma и другие. Необходимо обладать умением работать с выбранным инструментом.
- 2. Основы дизайна.** Знание принципов композиции, цветовой теории, типографии, сеток и пропорций является необходимым при создании эффективных и привлекательных макетов.
- 3. Владение инструментами макетирования.** Понимание принципов формирования элементов макета, таких как блоки, кнопки, шапки, подвалы и другие, а также умение работать с ними в графических редакторах.
- 4. Учет пользовательских потребностей.** При разработке макетов необходимо учитывать целевую аудиторию и ее потребности, чтобы создать удобный и интуитивно понятный макет.
- 5. Тестирование и анализ.** Продукт макетирования должен быть подвергнут тестированию, чтобы выявить возможные проблемы с навигацией, взаимодействием и визуальным оформлением. Анализ результатов тестирования позволяет улучшить макет и достичь лучшей пользовательской опыта. Все эти знания и навыки помогают профессионалам в проектно-графической работе макетирования создавать привлекательные и функциональные макеты, которые соответствуют потребностям пользователей.

Практическое задание:

Завершение проекта.

## **б. Завершение проекта с подготовкой и написанием всей проектной документации.**

Завершение проекта с подготовкой всей проектной документации в графическом дизайне - это процесс, включающий создание и оформление всех необходимых документов проекта в виде графических материалов. Это может включать в себя различные элементы дизайна, такие как цветовые схемы, шрифты, изображения, иллюстрации и графики, чтобы сделать

документы более привлекательными и информативными. Для этого процесса можно использовать различные графические программы, такие как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator или CorelDRAW. Важно разработать единый стиль и макет для всех документов, чтобы создать единообразный и профессиональный вид.

Процесс подготовки проектной документации в графическом дизайне включает в себя следующие шаги:

- 1. Сбор и подготовка информации.** Собрать все необходимые материалы и документы, которые должны быть включены в проектную документацию. Это могут быть тексты, таблицы, графики, схемы и другие элементы.
- 2. Разработка дизайна и макета.** Создать общий дизайн для всех документов проекта. Установить цветовые схемы, выбрать подходящие шрифты и создать стиль, отражающий цели и характер проекта.
- 3. Создание документов.** Использовать графические программы для создания отдельных документов с учетом различных требований проекта. Это могут быть презентации, отчеты, брошюры, информационные плакаты и другие документы.
- 4. Редактирование и коррекция.** Проверить все созданные документы на наличие ошибок и внесите необходимые корректировки. Убедиться, что все материалы легко читаемы, ясны и соответствуют стилю проекта.
- 5. Финальное оформление и подготовка файлов.** Просмотреть и заключить проектную документацию в соответствующие форматы файлов, такие как PDF или графические файлы (JPEG, PNG и другие). В результате завершения проекта с подготовкой всей проектной документации в графическом дизайне, документация будет выглядеть профессионально, привлекательно и позволит лучше передать необходимую информацию.

Практическое задание:  
Завершение проекта.

## **Общая тема 6-го семестра «Комплексный дизайн-проект серии плакатов наружной и печатной рекламы»**

### **1. Исследование и анализ.**

Исследование и анализ являются важными этапами в подготовке к созданию наружной и печатной рекламы в графическом дизайне.

Шаги, способствующие проведению эффективного исследования и анализа:

- 1. Определение цели и целевой аудитории.** Определить, какую цель нужно достичь с помощью рекламы и кого нужно привлечь своими материалами. Изучить характеристики и поведение целевой аудитории.
- 2. Исследование рынка.** Провести исследование рынка, чтобы понять, какие рекламные материалы используются в вашей отрасли и как можно выделиться.
- 3. Анализ конкурентов.** Изучить рекламную активность конкурентов, чтобы понять, какие стратегии они используют и что работает лучше.
- 4. Сбор данных.** Собрать необходимые данные, такие как изображения, логотипы, цветовую палитру, тексты и другие материалы, которые будут использоваться в рекламе.

5. Разработка концепции. На основе проведенного исследования и анализа создать концепцию для наружной или печатной рекламы. Учитывая цель, целевую аудиторию, конкурентов и имеющиеся данные.
  6. Создание дизайна. Спроектировать и разработать графический дизайн на основе выбранной концепции. Он должен отражать брендовую идентичность и привлекать внимание целевой аудитории.
  7. Тестирование и оптимизация. Провести тестирование рекламы, чтобы определить ее эффективность. Получить обратную связь от целевой аудитории и внесите необходимые изменения.
  8. Размещение рекламы. После завершения дизайна и тестирования разместить рекламу на выбранных платформах, будь то наружная реклама или печатные материалы.
- Провести исследование рынка, изучить требования и ожидания целевой аудитории, а также проанализировать конкурентов.

Практическое задание:

Определить основные цели и задачи проекта.

## 2. Разработка концепции.

Разработка концепции для наружной и печатной рекламы в графическом дизайне требует определенных шагов:

1. Изучение целевой аудитории. Перед началом разработки концепции необходимо изучить целевую аудиторию, их предпочтения и потребности.
2. Определение целей и сообщений. Определить цели для наружной и печатной рекламы. Определить основные сообщения для аудитории через эти виды рекламы.
3. Идея и концепция. Разработка идеи, соответствующей, поставленной цели. Это может включать в себя выбор цветовых схем, типографии, изображений и композиции, которые эффективно передадут сообщение и привлекут внимание.
4. Создание макета. На основе выбранной концепции создать несколько макетов для наружной и печатной рекламы. Убедиться, что макеты привлекательны, информативны и выделяются среди конкурентов.
5. Тестирование и улучшение. Протестировать свои макеты среди целевой аудитории и получить обратную связь от сторонних экспертов. Основываясь на этой обратной связи, внести необходимые исправления в концепцию и макеты.
6. Производство и размещение. После того, как концепция и макеты получили утверждение, перейти к производству и размещению наружной и печатной рекламы. Обратиться к профессионалам в области графического дизайна и рекламы, чтобы гарантировать высокое качество и эффективность рекламы. Концепция должна быть согласована с брендом и иметь связь с другими маркетинговыми материалами, чтобы создать единое и целостное впечатление у аудитории.

Практическое задание:

Определить общую идею и стиль плакатов.

Определить ключевые элементы дизайна, цветовую палитру, шрифты и композицию.

## 3. Создание макета.

Для создания примерного макета наружной и печатной рекламы в графическом дизайне, студентам следует выполнить следующие шаги:

1. Определить цель рекламного сообщения и целевую аудиторию.
2. Собрать информацию о продукте или услуге, который будет рекламироваться.
3. Составить список ключевых сообщений, которые нужно передать в рекламе.
4. Выбрать подходящие графические элементы, включая изображения, логотипы и шрифты.
5. Разработать композицию макета, учитывая расположение элементов и их визуальную иерархию.
6. Создать прототип макета на бумаге или с помощью графического дизайнерского программного обеспечения, такого как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator или Sketch.
7. Проанализировать и оценить макет с точки зрения эффективности передачи сообщения и визуальной привлекательности.
8. Внести необходимые исправления и улучшения в макет на основе обратной связи и собственных наблюдений.
9. Создать окончательный версию макета, готовую для дальнейшего использования в наружной или печатной рекламе.

Практическое задание:

Создать предварительные макеты плакатов, используя графические программы или ручную отрисовку.

#### **4. Тестирование и отладка.**

Для создания наружной и печатной рекламы в графическом дизайне, студентам и преподавателям необходимо общаться и сотрудничать.

Вот некоторые этапы этого взаимодействия:

- Согласовать
- Обсудить
- Планировать
- Разработать
- Анализировать
- Предложить
- Создать
- Редактировать
- Проверить
- Улучшить
- Поддерживать
- Организовать
- Выполнить

Практическое задание:

Оценка эффективности дизайна и получение обратной связи от преподавателя.

#### **5. Производство.**

Чтобы подготовить проекты к печати, студентам необходимо выполнить следующие действия:

1. Создание дизайна. Создать цифровые дизайнерские проекты в графических редакторах, таких как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator или CorelDRAW.
2. Настройка цвета. Убедиться, что цветовая палитра проекта соответствует требованиям для печати. Настроить цветовые профили и учесть особенности печатного процесса.

3. Проверка разрешения. Убедиться, что разрешение изображений в проекте достаточно высокое для качественной печати. Пиксели должны быть малозаметными на распечатанной копии.
4. Управление шрифтами. Использовать шрифты, которые поддерживаются принтером или шрифты, встроенные в проект. Убедиться, что шрифты корректно встраиваются при экспорте проекта в формате печатного файла.
5. Размещение макета. Разместить элементы проекта на макете печатного издания, учитывая поля, формат и расположение элементов. Убедиться, что дизайн выглядит сбалансированным и эстетически приятным.
6. Подготовка файла к печати. Экспортировать проект в подходящий формат для печати, такой как PDF, TIFF или EPS. Убедиться, что настройки экспорта соответствуют требованиям принтера и выполняются с высоким качеством.
7. Проведение предпечатной проверки. Проверить проект на предмет ошибок, опечаток или других дефектов, исключить их и убедиться в правильности отображения проекта на экране перед отправкой на печать.
8. Отправка на печать. Отправить подготовленный файл на печать в надежную типографию или использовать собственный принтер с настройками, соответствующими требованиям проекта.

Практическое задание:

На этом этапе студенты подготавливают плакаты для печати.

## **6. Оценка и анализ.**

Студентам предлагаются следующие способы оценки дизайнерских проектов наружной и печатной рекламы:

1. Оценка эстетической привлекательности. Студенты могут оценить дизайн проекта с точки зрения его визуальной привлекательности. Это включает в себя оценку цветовой гаммы, композиции, шрифтов и использования графических элементов.
2. Целевая аудитория. Студенты могут рассмотреть, какой целевой аудитории предназначен дизайн проекта. Они должны оценить, насколько эффективно дизайн передает сообщение и привлекает интерес конкретной аудитории.
3. Сообщение и информация. Студенты должны оценить ясность и понятность информации, представленной в дизайне проекта. Важно, чтобы ключевое сообщение было достаточно ясным и выделялось среди других элементов дизайна.
4. Адаптированность к различным форматам и средам. Студенты могут оценить, насколько хорошо дизайн проекта адаптирован для использования в различных форматах, таких как наружная реклама или печать. Дизайн должен быть достаточно универсальным и гибким для использования в различных контекстах.
5. Инновационность и оригинальность. Студенты могут оценить, насколько дизайн проекта инновационен или оригинален. Важно, чтобы дизайн выделялся среди конкуренции и привлекал внимание целевой аудитории.

Практическое задание:

После завершения проекта студенты проводят оценку его эффективности и успешности. Они анализируют результаты, сравнивают их с поставленными целями и выявляют учебные моменты, которые помогут им быть эффективнее.

## **Общая тема 7-го семестра «Разработка визуальных коммуникаций на различных визуальных носителях».**

### **1. Принципы графического дизайна.**

Принципы графического дизайна являются основой создания эффективных и привлекательных визуальных коммуникаций.

Основные принципы включают:

- 1. Ритм и движение.** Это создание ощущения движения или направления внутри дизайна с использованием линий, форм и цветов. Ритм может быть регулярным, повторяющимся или нерегулярным, добавляя интерес и динамизм в дизайн.
- 2. Баланс.** Достижение равновесия между элементами дизайна. Баланс может быть симметричным или асимметричным, и его целью является создание гармоничного и уравновешенного внешнего вида дизайна.
- 3. Пропорции.** Это отношение размеров и пропорций между различными элементами дизайна. Они влияют на восприятие дизайна и могут быть использованы для создания эффекта баланса или акцентирования определенных элементов.
- 4. Конструкция.** Это организация элементов дизайна и их связность. Хорошая композиция и логическая структура помогают создать понятное и легко читаемое сообщение.
- 5. Цвет.** Использование цвета для передачи настроения, эмоций и визуальных идентификаторов. Выбор правильных цветов и их сочетаний может сильно влиять на восприятие дизайна.
- 6. Иерархия.** Организация и упорядочение элементов в порядке их важности и значимости. Четкая иерархия позволяет пользователям быстро определить основные элементы и сообщение дизайна.
- 7. Типография.** Использование шрифтов и текстов для передачи информации и создания эстетического вида. Выбор правильного шрифта и его расположение помогает улучшить читаемость и привлекательность дизайна.

Практическое задание:

Повторение принципов дизайна, такие как композиция, цветовая гамма, типографика и макетирование.

## **2. Исследование и концептуализация.**

Исследование и концептуализация визуальных коммуникаций на различных визуальных носителях - это процесс изучения и разработки эффективных способов передачи информации и идей через визуальные средства.

Это включает в себя анализ целевой аудитории, определение основных сообщений, выбор подходящих графических элементов и установление правильной композиции для достижения заданных целей коммуникации. Визуальные носители могут быть разнообразными, такими как печатные материалы (брошюры, афиши, каталоги), дизайн интерфейса (веб-сайты, мобильные приложения), реклама (баннеры, наружная реклама), дизайн упаковки, логотипы и брендинг, а также мультимедийный контент.

Во время исследования важно учитывать цели и задачи коммуникации, демографические характеристики целевой аудитории, ее предпочтения, а также особенности каждого конкретного визуального носителя. Концептуализация включает в себя создание концептуальных решений, выбор стилей и техник визуализации, а также создание прототипов для тестирования и уточнения идей перед фактической реализацией.

Цель такого исследования и концептуализации визуальных коммуникаций - создание эффективных, привлекательных и понятных визуальных сообщений, которые эффективно



передают информацию и достигают поставленных целей.

Практическое задание:

Изучение процесса сбора информации, проведение исследования, анализ конкурентов и разработка концепции проекта.

### **3. Разработка визуальной идентичности.**

Для разработки визуальной идентичности для различных визуальных носителей вам понадобится следующее.

- 1. Логотип.** Создать уникальный и запоминающийся логотип, который будет являться основой вашей визуальной идентичности.
- 2. Цветовая палитра.** Определить основные цвета, которые будут использоваться в вашем бренде. Выбрать цвета, которые отражают ваше сообщение и создают требуемую эмоциональную реакцию у вашей аудитории.
- 3. Типографика.** Разработать систему шрифтов, которая будет использоваться везде, где представлен ваш бренд. Выбранная шрифтовая пара должна легко читаться и соответствовать вашему стилю.
- 4. Дизайн элементов.** Создать набор графических элементов, таких как фоны, текстурные и графические элементы, которые будут использоваться для украшения ваших визуальных материалов.
- 5. Руководство по стилю.** Составить документ, описывающий список правил и рекомендаций для использования визуальных элементов вашего бренда. В этом руководстве должны быть указаны размеры лого, отступы, размеры шрифтов и другие важные детали, чтобы сохранить консистентность и единство в ваших визуальных материалах.
- 6. Применение на различных носителях.** Визуальная идентичность должна хорошо работать на различных носителях, включая печатные материалы, сайты, социальные сети, упаковку продуктов и другие медиа-платформы.

Практическое задание:

Создание логотипов, цветовых палитр, выбор типографики и разработка элементов брендбука компании.

### **4. Дизайн интерфейса и веб-дизайн.**

Дизайн интерфейса и веб-дизайн - это области, связанные с созданием эстетически приятного и функционального внешнего вида веб-сайтов, мобильных приложений и других интерактивных интерфейсов. Дизайн интерфейса фокусируется на создании пользовательского опыта, который легко понять, удобен в использовании и приятен для глаза. Это включает в себя разработку компонентов интерфейса, таких как кнопки, меню, формы, их расположение и структуру. Веб-дизайн, с другой стороны, охватывает широкий спектр навыков, необходимых для создания веб-сайтов. Это включает в себя выбор подходящего цветового оформления, создание макетов страниц, разработку графики и изображений, а также работу с типографикой. Дизайн сайта также включает в себя аспекты удобства использования, такие как размещение контента, навигацию и визуальную иерархию. В общем, дизайн интерфейса и веб-дизайн объединяют аспекты эстетики, функциональности и удобства использования для создания привлекательных и интуитивно понятных интерактивных веб-сайтов и приложений.

### **5. Дизайн печатной продукции.**

Дизайн печатной продукции включает в себя различные виды, вот некоторые из них:

1. Логотипы и брендинг. Создать уникальный логотип для компании и разработка фирменного стиля, который будет использоваться на всей печатной продукции.
2. Брошюры и флаеры. Разработать дизайн информационных материалов, которые содержат краткую информацию о товарах или услугах.
3. Визитные карточки. Разработать дизайн карточек, содержащих контактную информацию компании или частного лица.
4. Упаковка. Разработать дизайн коробок, этикеток и другой упаковочной продукции.
5. Афиши и постеры. Создать графических материалов для рекламных акций, концертов, выставок и т. д.
6. Каталоги. Разработать дизайн каталогов товаров или услуг, который помогает визуально представить их потенциальным клиентам.
7. Рекламные блокноты. Изготовить блокноты и записные книжки с уникальным дизайном, которые могут быть использованы в качестве подарков или рекламных материалов.

Практическое задание:

Создать дизайн брошюр, плакатов, каталогов, упаковки и других печатных материалов.

Работа с веб-дизайном, разработать юзабилити, создание прототипов и визуальных макетов веб-сайтов и приложений.

## **6. Графический дизайн для социальных медиа.**

Графический дизайн играет важную роль в привлечении внимания и создании интереса в социальных медиа. Вот несколько способов применения графического дизайна для улучшения вашего присутствия в социальных медиа:

1. Логотип. Разработать привлекательный и узнаваемый логотип, который будет представлять вашу компанию или персональный бренд. Логотип должен быть присутствовать на всех ваших профилях в социальных медиа для узнаваемости.
2. Баннеры и обложки. Создать эффектные баннеры и обложки для своих социальных медиа профилей. Они должны привлекать внимание и отражать вашу уникальность и стиль.
3. Графические посты. Использовать графический дизайн для создания информативных и привлекательных постов. Вы можете использовать цитаты, иллюстрации, инфографики и другие графические элементы, чтобы сделать свои сообщения более привлекательными.
4. Инфографики. Создать информативные и наглядные инфографики, чтобы легко представить сложную информацию или данные. Инфографики часто вызывают больший интерес у пользователей социальных медиа и помогают лучше запомнить информацию.
5. Визуальный стиль. Следовать единому визуальному стилю в социальных медиа. Это включает выбор цветовой палитры, шрифтов, стилей фотографий и других элементов дизайна. Единообразный визуальный стиль помогает укрепить узнаваемость вашего бренда.
6. Анимации и видео. Экспериментировать с использованием анимаций и видео в постах. Они могут быть более привлекательными и позволят вам донести сообщение более интерактивным способом.

Практическое задание:

Разработка контента и графических элементов для различных платформ социальных медиа.

## **7. Подготовка работ к печати.**

Чтобы подготовить проекты к печати, студентам необходимо выполнить следующие действия:

- 1. Создание дизайна.** Создать цифровые дизайнерские проекты в графических редакторах, таких как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator или CorelDRAW.
- 2. Настройка цвета.** Убедиться, что цветовая палитра проекта соответствует требованиям для печати. Настроить цветовые профили и учесть особенности печатного процесса.
- 3. Проверка разрешения.** Убедиться, что разрешение изображений в проекте достаточно высокое для качественной печати. Пиксели должны быть малозаметными на распечатанной копии.
- 4. Управление шрифтами.** Использовать шрифты, которые поддерживаются принтером или шрифты, встроенные в проект. Убедиться, что шрифты корректно встраиваются при экспорте проекта в формате печатного файла.
- 5. Размещение макета.** Разместить элементы проекта на макете печатного издания, учитывая поля, формат и расположение элементов. Убедиться, что дизайн выглядит сбалансированным и эстетически приятным.
- 6. Подготовка файла к печати.** Экспортировать проект в подходящий формат для печати, такой как PDF, TIFF или EPS. Убедиться, что настройки экспорта соответствуют требованиям принтера и выполняются с высоким качеством.
- 7. Проведение предпечатной проверки.** Проверить проект на предмет ошибок, опечаток или других дефектов, исключить их и убедиться в правильности отображения проекта на экране перед отправкой на печать.
- 8. Отправка на печать.** Отправить подготовленный файл на печать в надежную типографию или использовать собственный принтер с настройками, соответствующими требованиям проекта.

Практическое задание:

На этом этапе студенты готовят плакаты для печати.

Подготовка и представление проектов, ведение портфолио и производственных отчетов.

## **Общая тема 8-го семестра «Рекламно-графическая разработка дизайн-проекта для рекламной кампании.»**

### **1. Принципы графического дизайна.**

При разработке дизайн-проекта для рекламной кампании, важно придерживаться определенных принципов графического дизайна. Некоторые из них включают:

- 1. Цель и аудитория.** Важно понимать цель рекламной кампании и характеристики целевой аудитории. Это поможет создать дизайн, который будет эффективно коммуницировать с целевой аудиторией.

2. Простота и ясность. Дизайн должен быть простым и понятным. Использовать минимум текста, чтобы не перегружать дизайн информацией, и убедитесь, что сообщение передается ясно и понятно.
3. Цветовая гамма. Выбрать соответствующую цветовую палитру, которая не только привлекает внимание, но и отражает цель и характер вашей рекламной кампании. Осторожно выбирать цвета, учитывая ассоциации и эмоциональные реакции, которые они могут вызвать у аудитории.
4. Шрифты и типографика. Использовать шрифты, которые легко читаемы, и обратить внимание на размер и размещение текста. Правильная типографика поможет донести сообщение и создать визуальную иерархию информации.
5. Баланс и композиция. Обратить внимание на баланс между различными элементами дизайна. Это включает распределение визуального веса, расположение объектов и использование открытого пространства для создания гармоничной композиции.
6. Уникальность. Стараться сделать дизайн уникальным и запоминающимся. Избегать использования стандартных шаблонов и стремитесь к творческому подходу, который поможет выделить рекламу среди конкурентов.
7. Подходящий формат. Учесть, где будет представлен ваш дизайн - на печатных материалах, на сайте, в социальных сетях и т. д. Разные платформы имеют разные технические требования и ограничения, поэтому необходимо выбрать подходящий формат для дизайна.

Практическое задание:

Более полное изучение понятий и принципов графического дизайна в контексте рекламных компаний.

## **2. Сбор информации и анализ рынка. Анализ современных тенденций и трендов в дизайне.**

Анализ рынка и сбор информации о современных тенденциях и трендах в дизайне являются важными шагами при разработке дизайн-проекта для рекламной кампании. Вот некоторые основные аспекты, которые стоит учитывать:

1. Исследование целевой аудитории. Понимать, кто аудитория и какие предпочтения и вкусы у нее, это важно для определения современных трендов в дизайне, которые она приветствует.
2. Изучение конкурентов. Анализ конкурентов поможет понять, какие дизайн-решения применяются в рекламе на рынке сейчас. Это поможет выделиться из толпы и создать уникальный дизайн.
3. Следование актуальным тенденциям. В дизайне всегда появляются новые идентификации тренды и стили. Чтение отраслевых журналов, посещение мероприятий и общение с другими дизайнерами помогут быть в курсе последних актуальных тенденций.
6. Бренд. Важно учесть бренд-идентичность и ценности заказчика при разработке дизайн-проекта. Дизайн должен соответствовать бренду и передавать его сообщение.

Практическое задание:

Анализ предыдущих успешных компаний в графическом дизайне для получения вдохновения и идей.

## **3. Исследование и концептуализация.**

Концептуализация рекламной кампании является важным этапом в ее разработке. Вот некоторые основные шаги, которые можно предпринять для исследования и концептуализации:

- 1. Целевая аудитория.** Определить, кто будет вашей целевой аудиторией. Исследуйте их демографические данные, интересы, поведение и предпочтения, чтобы лучше понять, как и где их можно достичь.
- 2. Цели и показатели.** Определить цели, которые нужно достичь с помощью рекламной кампании. Это может быть увеличение узнаваемости бренда, условное увеличение продаж или привлечение новых клиентов. Также определите метрики, которые будете использовать для оценки успеха кампании, например, конверсии, CTR (click-through rate) и ROI (return on investment).
- 3. Сообщение и позиционирование.** Разработать ясное и привлекательное сообщение, которое будет коммуницировать преимущества вашего продукта или услуги вашей целевой аудитории. Определить, какой подход (информационный, эмоциональный, юмористический и т. д.) лучше всего подходит для вашей аудитории.
- 4. Каналы распространения.** Определить, какие каналы будете использовать для распространения вашей рекламы. Это может быть телевидение, радио, социальные медиа, печатные издания, наружная реклама и др. Рекомендуется выбрать каналы, которые наиболее эффективны для выбранной целевой аудитории.

Практическое задание:

Изучение процесса сбора информации, проведение исследования, анализ конкурентов и разработка концепции проекта.

#### **4. Определение целей и задач.**

Целью рекламно-графической разработки дизайн-проекта для рекламной кампании является создание эффективного и привлекательного графического контента, который поможет привлечь внимание целевой аудитории и достичь поставленных рекламных целей.

Задачи данного процесса могут включать:

- 1. Изучение целевой аудитории.** Необходимо провести исследование, чтобы понять, какую целевую аудиторию вы хотите достичь с помощью рекламного дизайна. Это поможет определить особенности и предпочтения вашей аудитории, что будет полезно при создании дизайна.
- 2. Установление рекламных целей.** Определить, какие результаты вы хотите достичь с помощью рекламной кампании. Например, это может быть увеличение продаж, повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов и т. д. . Рекламные цели должны быть измеримыми и достижимыми.
- 3. Создание концепции дизайна.** Исходя из целей и предпочтений целевой аудитории, разработайте концепцию дизайна, которая будет эффективно передавать ваше сообщение и привлекать внимание. Это может включать выбор цветовой схемы, шрифтов, графических элементов и композицию.
- 4. Разработка графического контента.** На основе выбранной концепции создать соответствующий графический контент. В это может входить дизайн баннеров, рекламных плакатов, логотипов и других элементов, необходимых для рекламной кампании.

Практическое задание:

Создание концепции и разработка идей для дизайн-проекта, учитывая цели и

особенности рекламной кампании.

## 5. Создание предварительных макетов.

Для создания примерного макета наружной и печатной рекламы в графическом дизайне, студентам следует выполнить следующие шаги:

1. Определить цель рекламного сообщения и целевую аудиторию.
  2. Собрать информацию о продукте или услуге, который будет рекламироваться.
  3. Составить список ключевых сообщений, которые нужно передать в рекламе.
  4. Выбрать подходящие графические элементы, включая изображения, логотипы и шрифты.
  5. Разработать композицию макета, учитывая расположение элементов и их визуальную иерархию.
  6. Создать прототип макета на бумаге или с помощью графического дизайнерского программного обеспечения, такого как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator или Sketch.
  7. Проанализировать и оценить макет с точки зрения эффективности передачи сообщения и визуальной привлекательности.
  8. Внести необходимые исправления и улучшения в макет на основе обратной связи и собственных наблюдений.
  9. Создать окончательный версию макета, готовую для дальнейшего использования в наружной или печатной рекламе.
- Создать предварительные макеты плакатов, используя графические программы или ручную отрисовку.

Практическое задание:

Разработка скетчей или проведение цифровых эскизов для визуализации идеи и оценки возможных дизайн-решений.

## 6. Практическая работа. Анализ и утверждение макета.

Для создания примерного макета наружной и печатной рекламы в графическом дизайне, студентам следует выполнить следующие шаги:

1. Определить цель рекламного сообщения и целевую аудиторию.
  2. Собрать информацию о продукте или услуге, который будет рекламироваться.
  3. Составить список ключевых сообщений, которые нужно передать в рекламе.
  4. Выбрать подходящие графические элементы, включая изображения, логотипы и шрифты.
  5. Разработать композицию макета, учитывая расположение элементов и их визуальную иерархию.
  6. Создать прототип макета на бумаге или с помощью графического дизайнерского программного обеспечения, такого как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator или Sketch.
  7. Проанализировать и оценить макет с точки зрения эффективности передачи сообщения и визуальной привлекательности.
  8. Внести необходимые исправления и улучшения в макет на основе обратной связи и собственных наблюдений.
  9. Создать окончательный версию макета, готовую для дальнейшего использования в наружной или печатной рекламе.
- Создать предварительные макеты плакатов, используя графические программы или ручную отрисовку.

Практическое задание:

Создание окончательного дизайн-проекта на основе выбранной концепции, включающего

композицию, цветовые схемы, шрифты, изображения и прочие важные элементы.

#### **7. Предпечатная подготовка.**

Чтобы подготовить проекты к печати, студентам необходимо выполнить следующие действия:

- 1. Создание дизайна.** Создать цифровые дизайнерские проекты в графических редакторах, таких как Adobe Photoshop, Adobe Illustrator или CorelDRAW.
- 2. Настройка цвета.** Убедиться, что цветовая палитра проекта соответствует требованиям для печати. Настроить цветовые профили и учесть особенности печатного процесса.
- 3. Проверка разрешения.** Убедиться, что разрешение изображений в проекте достаточно высокое для качественной печати. Пиксели должны быть малозаметными на распечатанной копии.
- 4. Управление шрифтами.** Использовать шрифты, которые поддерживаются принтером или шрифты, встроенные в проект. Убедиться, что шрифты корректно встраиваются при экспорте проекта в формате печатного файла.
- 5. Размещение макета.** Разместить элементы проекта на макете печатного издания, учитывая поля, формат и расположение элементов. Убедиться, что дизайн выглядит сбалансированным и эстетически приятным.
- 6. Подготовка файла к печати.** Экспортировать проект в подходящий формат для печати, такой как PDF, TIFF или EPS. Убедиться, что настройки экспорта соответствуют требованиям принтера и выполняются с высоким качеством.
- 7. Проведение предпечатной проверки.** Проверить проект на предмет ошибок, опечаток или других дефектов, исключить их и убедиться в правильности отображения проекта на экране перед отправкой на печать.
- 8. Отправить на печать.** Отправить подготовленный файл на печать в надежную типографию или использовать собственный принтер с настройками, соответствующими требованиям проекта.

Практическое задание:

На этом этапе студенты подготавливают проекты к печати.

### **6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

1. Положение об организации и проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов.
2. Положение о балльной системе оценки успеваемости обучающихся МАБиУ.
3. Руководство по оформлению рукописных учебных и научных работ, рукописей печатных изданий МАБиУ. Презентационный материал.
4. Методические указания по выполнению контрольных работ.
5. Положение о самостоятельной работе обучающихся в МАБиУ.
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

При изучении дисциплины необходим системный подход. Содержание дисциплины представлено как совокупность взаимосвязанных между собой учебных тем. Поэтому осваивать учебный материал необходимо постепенно.

В процессе самостоятельного изучения учебного материала необходимо учитывать нижеследующие методические рекомендации по изучению отдельных тем программы.

## **6.1 Планирование и организация времени, необходимого для изучения дисциплины.**

Важным условием успешного освоения дисциплины является создание системы правильной организации труда, позволяющей распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком образовательного процесса. Большую помощь в этом может оказать составление плана работы на семестр, месяц, неделю, день. Его наличие позволит подчинить свободное время целям учебы, трудиться более успешно и эффективно. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подвести итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине они произошли. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана. Все задания к практическим занятиям, а также задания, вынесенные на самостоятельную работу, рекомендуется выполнять непосредственно после соответствующей темы лекционного курса, что способствует лучшему усвоению материала, позволяет своевременно выявить и устранить «пробелы» в знаниях, систематизировать ранее пройденный материал, на его основе приступить к овладению новыми знаниями и навыками.

Система академического обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций и семинарских (практических) занятий).

## **6.2 Общие рекомендации по конспектированию**

Чтение учебной и научной литературы должно сопровождаться краткими записями содержания. Они помогают выделить основные положения изучаемой темы.

Ведение записей поможет студенту быстро повторить прочитанное.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования (это краткое письменное изложение материала, сопровождающееся фактами и примерами).

Общие рекомендации по конспектированию текста:

- внимательно прочитать текст, отмечая непонятные места, значимые имена и периоды;
- на полях выписать понятия, навести справку о фактах и событиях, упоминаемых в тексте;
- необходимо составить план – перечень основных мыслей автора. Затем отметить, как автор доказывает основные мысли своей работы;
- на заключительном этапе конспектирования нужно перечитать ранее отмеченные места.

Текст автора лучше выражать своими словами и записывать его на одной стороне листа, оставляя небольшие поля для исправления.

## **6.3 Конспектирование лекций.**

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от студента требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями,



помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

#### **6.4 Подготовка к практическим и (семинарским) занятиям**

Подготовку к каждому практическому (семинарскому) занятию студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

## **6.5 Рекомендации по выполнению практических заданий**

По степени сложности или характеру умственной деятельности практические задания делят на простые и сложные. Сложность оценивается по числу операций, которые необходимо выполнить при её решении. Простые задания являются тренировочными и требуют для своего решения изученной формулы и знания порядка действий в различных опасных ситуациях. Их решение сводится к простейшим вычислениям в одно действие. Наиболее частое применение этих заданий на начальном этапе закрепления учебного материала, так как на этом этапе деятельность учащихся носит репродуктивный характер. Задания, решение которых требуют нескольких действий называют сложными. К сложным задачам, при решении которых выполняются репродуктивная деятельность относится, например, комбинированные задания.

## **6.6 Рекомендации по подготовке электронных презентаций**

При создании электронных презентаций необходимо найти правильный баланс между подаваемым материалом и сопровождающими его мультимедийными элементами, чтобы не снизить результативность материала.

Одним из важных моментов является сохранение единого стиля, унифицированной структуры и формы представления материала. Для правильного выбора стиля требуется знать принципы эргономики, заключающие в себя наилучшие, проверенные на практике методы использования тех или иных компонентов мультимедийной презентации.

При создании мультимедийного пособия предполагается ограничиться использованием двух или трех шрифтов. Вся презентация должна выполняться в одной цветовой палитре, например, на базе одного шаблона, также важно проверить презентацию на удобство ее чтения с экрана. Тексты презентации не должны быть большими. Выгоднее использовать сжатый, информационный стиль изложения материала. Нужно будет суметь вместить максимум информации в минимум слов, привлечь и удержать внимание аудитории. Недостаточно просто скопировать информацию с других носителей и разместить ее в презентации. При подготовке презентации возможно использование ресурсов сети Интернет, современных мультимедийных энциклопедий и электронных учебников.

Критерии оценивания по содержанию:

- 1) целевая проработанность;
- 2) структурированность в подаче представляемых материалов;
- 3) логичность, простота изложения;
- 4) правильность построения фраз и отсутствие синтаксических и орфографических ошибок;
- 5) наличие списка литературы и информационно-справочных материалов, использованных в работе над проектом;
- 6) лицензионная чистота используемых продуктов;
- 7) степень вовлеченности участников образовательного процесса в реализацию проекта.

Критерии оценивания по оформлению

- 1) объем (оптимальное количество слайдов);
- 2) дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям);
- 3) оригинальность оформления;

- 4) эстетика;
- 5) соответствие стандартам оформления.

### **6.7 Рекомендации по работе с литературой**

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения.

В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели.

Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала. Такое чтение предполагает выделение:

- 1) главного в тексте;
- 2) основных аргументов;
- 3) выводов.

Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет.

Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы.

Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано

указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам.
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, словоописания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»;
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

### **6.8 Методические материалы для подготовки к дискуссии**

Дискуссия – это публичный диалог, в процессе которого сталкиваются, как правило, противоположные точки зрения. Дискуссия имеет две основные цели:

- информационную цель: выявить суть спорного вопроса, четко обозначить все точки зрения;
- цель воздействия, убеждения: с помощью приведенных аргументов и доказательств убедить соперника в правоте своих взглядов.

При подготовке по теме надо рассмотреть позиции «за» и «против». Каждая позиция должна содержать:

- 1) определение темы, объяснение ключевых понятий темы;
- 2) формулировку основного тезиса, с точки зрения которого будет доказываться та или иная позиция;
- 3) аргументы и доказательства (с опорой на тексты художественной, критической, научной и публицистической литературы).

Успех в дискуссии в значительной степени зависит от аргументов, которые приводятся в поддержку выдвинутого тезиса.

Для ведения продуктивной дискуссии стороны должны уметь задавать информативные и корректные вопросы друг другу.

Прежде чем выступать, надо четко определить свою позицию. Проверить, правильно ли понята суть проблемы. Внимание к выступлению оппонента. Лучшим способом доказательства или опровержения являются бесспорные факты. Лучшим способом убедить противника является четкая аргументация и безупречная логика. Нельзя искажать мысли и слова своих оппонентов.

### **6.9 Методические рекомендации по написанию эссе**

Эссе студента — это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Объем эссе – не более 500 слов.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Эссе состоит из пяти частей (рекомендованные объемы частей написаны в скобках).

1. Реконструкция мысли автора на заданную тему, которая содержит не только формулировку, но и демонстрирует ход рассуждений: посылки, аргументы, вывод. [В тексте автор заявляет, что (...), обращаясь к следующим доказательствам ...] – [не более 2000 знаков].

2. Критическая позиция студента по поводу мыслей автора, которая содержит обоснование того, почему студент согласен с мыслью автора или нет, обозначение сильных и слабых сторон в его позиции. [Автор утверждает (...), однако с этим сложно согласиться по следующим причинам (...)] – [не более 2000 знаков].

3. Демонстрация своей личной позиции, тезиса, который не может заключаться в простом согласии или несогласии с мнением автора текста – [не более 1000 знаков].

4. Доказательство своего тезиса – [не более 3000 знаков].

5. Заключение, в котором автор кратко сопоставляет свою позицию с позицией автора текста и делает общий вывод по теме уже вне контекста анализируемого текста – [не более 2000 знаков].

Критерии оценивания эссе:

- полнота и точность воспроизведения основных аргументов темы, озвученных в курсе;

- способность к критической рефлексии, обобщению и применению знаний;

- авторский стиль, владение навыками письма и умение формулировать;

- выполнение требований, предъявляемых к эссе.

### **6.10 Методические рекомендации по подготовке реферата.**

Реферат – это краткое изложение в письменном виде какой-либо научной проблемы (сложного вопроса) или содержания рекомендуемой книги, монографии, научной работы, результатов исследований архивных материалов и других источников с научно-практическими выводами по определенному разделу (теме) учебной дисциплины. Он имеет самостоятельное научно-прикладное значение и является одной из форм рубежного или

итогового контроля знаний, проверки умений излагать свои мысли на бумаге. Высокой оценки заслуживает тот реферат, в котором изложение материала носит проблемно-полемиический характер, показывает различные точки зрения на освещаемую проблему, отражает собственные взгляды и комментарии автора, что демонстрирует глубокие знания исследуемой проблемы.

В структуре реферата следует иметь:

- титульный лист;
- план (оглавление) реферата;
- введение;
- основная часть (2-3 вопроса);
- заключение;
- список использованной литературы.

План реферата отражает содержательную сторону письменной работы.

Во введении объясняется научно-практическая значимость и актуальность выбранной темы, определяются цели и задачи реферата (объемом на одну – две печатные страницы).

В основной части научно обоснованно раскрывается содержание каждого вопроса со ссылкой на литературные источники, анализируются теоретические положения и определяется их практическая значимость. Каждый вопрос заканчивается краткими выводами (объем 10-15 печатных страниц).

В заключении подводятся итоги или дается обобщающий вывод по теме реферата, указываются дальнейшие пути ее развития, даются теоретические и практические рекомендации (с объемом 2-3 печатные страницы).

Список использованной литературы оформляется в соответствии с установленными требованиями к описанию библиографического аппарата литературы и других источников.

Общий объем реферата может составлять около 15-20 страниц машинописного (компьютерного) текста через полтора интервала или 20-25 рукописных страниц, написанных аккуратным почерком на одной стороне листа.

При подготовке реферата слушатель консультируется у преподавателя, ведущего занятия в учебной группе. Написанный реферат должен быть представлен преподавателю на проверку.

### **6.11 Рекомендации по работе с тестовой системой.**

Самоконтроль освоения курса или работа на дополнительных занятиях, может включать оценивание (самооценивание) путем отработки студентами письменных тестов или тестов в учебной литературе. В тестах, традиционно предусмотрено ряд типов вопросов.

1. Выбор единственно правильного ответа. Ответ на вопрос данного типа должен быть только один.
2. Выбор нескольких правильных ответов. Задача состоит в том, чтобы выбрать из предложенного списка вариантов ответов несколько верных.
3. Установка последовательности правильных ответов. Задача состоит в том, чтобы пронумеровать предложенные варианты ответов в правильном порядке.

4. Установка соответствия ответов. Задача состоит в том, чтобы для каждого варианта ответов выбрать из предложенного списка соответствий вариантам ответов один или несколько верных.

### **6.12 Подготовка к промежуточной аттестации.**

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

#### **Рекомендации по подготовке к зачету или экзамену**

Зачет (экзамен) являются формой итогового контроля студентов по дисциплине. Сдаются по вопросам, приведенным в настоящей рабочей программе. Зачет (экзамен) проводится в устной форме путем ответа студентов на вопросы (билеты), сформулированные преподавателем.

Преподаватель во вступительном слове рассказывает об особенностях и порядке проведения зачета (экзамена), о критериях оценки знаний.

Каждый студент, войдя в аудиторию, получает вопрос (билет), затем начинает подготовку к ответу. Время подготовки – 15-30 минут на вопросы. После ответа по вопросу, студенту могут быть заданы дополнительные вопросы в рамках всей учебной программы. Более углубленно проверяются знания студентов, имеющих низкие оценки по результатам текущего контроля, а также пропустивших большое количество учебных занятий. Знания определяются оцениваются терминами «зачтено», «не зачтено», "отлично", "хорошо", "удовлетворительно".

### **6.13 Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

В соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Федеральным законом от 24 ноября 1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями), Приказом от 14 октября 2015 г. №1147 (с изменениями) «Об утверждении порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.», Приказом от 5 апреля 2017 г. №301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» (утв. Министерством образования и науки Российской Федерации 08.04.2014 №АК-44/05вн), Письма Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки от 16.04.2015г. №01-50-174/07-1968 «О приеме на обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья», при обучении по образовательным программам реализуемым в вузе предусматривается возможность их адаптации (при необходимости).

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата могут быть использованы альтернативные устройства ввода информации, в том числе специальные возможности операционных систем, таких как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий при вводе текста, изображения с помощью клавиатуры или мыши.

Выбор методов обучения в каждом отдельном случае обуславливается целями обучения, исходным уровнем имеющихся знаний, умений, навыков, особенностями восприятия информации обучающимися.

Особыми условиями может быть использование специальных методов обучения и воспитания, коллективного содействия, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую помощь, проведение дополнительных и индивидуальных занятий, а также групповых и иных занятий с учётом технологий командообразования и повышения групповой сплочённости, а также другие условия. Например, обеспечение студентов текстами конспектов (при затруднении с конспектированием) или использование при проверке усвоения материала методик, не требующих выполнения рукописных работ или изложения вслух (при затруднениях с письмом или речью) – к примеру, тестовых бланков, которые преподаватель может подготовить непосредственно перед занятием с учётом индивидуальных особенностей студента.

Кроме того, при организации обучения студентов с инвалидностью и ОВЗ (ПОДА) обеспечиваются следующие необходимые условия:

- учебные занятия организуются исходя из психофизического развития и состояния здоровья лиц с ОВЗ совместно с другими обучающимися в общих группах, а также индивидуально, в соответствии с графиком индивидуальных занятий;

- при организации учебных занятий в общих группах используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений, создания комфортного психологического климата в группе;

- подбор и разработка учебных материалов преподавателями производится с учетом психофизического развития и состояния здоровья лиц с ОВЗ;

- использование элементов дистанционного обучения при работе со студентами, имеющими затруднения с моторикой;

- использование при проверке усвоения материала методик, не требующих выполнения рукописных работ или изложения вслух (при затруднениях с письмом и речью) – например, тестовых бланков.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

1. Инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, на электронном носителе, в печатной форме увеличенным шрифтом и т.п.);

2. Доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа);

3. Доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, устно, др.).



4. При необходимости, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

5. В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

## **7. МАТЕРИАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **7.1. Показатели, критерии и шкалы оценивания компетенций**

Оценка результатов обучения и уровня сформированности компетенций проводится в ходе мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием фондов оценочных средств и с применением балльной системы оценки успеваемости обучающихся.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с локальным нормативным актом Академии.

*Таблица 7.1*

#### ***Соотношение показателей и критериев оценивания компетенций со шкалой оценивания***

(форма промежуточной аттестации – зачёт)

Показатели компетенции (ий) (дескрипторы)	Критерий оценивания	Шкала оценивания (баллы)
знать: (соответствует табл. 1.1)	Показывает полные и глубокие знания, логично и аргументированно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные, показывает высокий уровень теоретических знаний	90–100 баллов
	Показывает глубокие знания, грамотно излагает, достаточно полно отвечает на все вопросы, в том числе дополнительные. В то же время при ответе допускает несущественные погрешности	76–89 баллов
	Показывает достаточные, но не глубокие знания, при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуются уточняющие вопросы	60–75 баллов
	Показывает недостаточные знания, не способен аргументированно и последовательно излагать материал, допускает грубые ошибки, неправильно	менее 60 баллов

Показатели компетенции (ий) (дескрипторы)	Критерий оценивания	Шкала оценивания (баллы)
	отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом	
уметь: (соответствует табл.1.1)	Умеет применять полученные знания для решения практических задач, способен предложить альтернативные решения анализируемых проблем, формулировать выводы	90–100 баллов
	Умеет применять полученные знания для решения практических задач, способен формулировать выводы, но не может предложить альтернативные решения анализируемых проблем	76–89 баллов
	При решении практических задач возникают затруднения	60–75 баллов
	Не может решать практические задачи	менее 60 баллов
владеть: (соответствует табл.1.1)	Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, способен оценить результат своей деятельности	90–100 баллов
	Владеет навыками, необходимыми для профессиональной деятельности, затрудняется оценить результат своей деятельности	76–89 баллов
	Показывает слабые навыки, необходимые для профессиональной деятельности	60–75 баллов
	Отсутствие навыков	менее 60 баллов

*Результатом промежуточной аттестации является сумма баллов, набранных во время ответа обучающегося на теоретические и практические вопросы. Перевод набранных баллов в традиционную оценку и определение уровня сформированности компетенций осуществляется в соответствии с табл.7.2.*

*Таблица 7.2*

**Порядок перевода баллов в оценку и определение уровня сформированности компетенции**

Уровень сформированности компетенции (элемента компетенции)	Количество набранных баллов	Оценка	
		высокий	90–100
повышенный	76–89 баллов	хорошо	
пороговый	60–75 баллов	удовлетворительно	
не сформирован	менее 60 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

**7.2. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе и т.п.**

Выполняются в качестве отдельных/дополнительных заданий, в том числе для лиц с ОВЗ.

Творческие задания и проекты:

1. Определение целевой аудитории вашего бренда (рекламного комплекса)

2. Изучение конкурентов вашего бренда (рекламного комплекса)
3. Разработайте концепцию дизайна упаковки вашего бренда. Определите основные элементы дизайна, такие как цветовая палитра, шрифты, изображения и композиция.
4. Изучение особенностей восприятия покупателем рекламно-графической информации при выборе товара в графическом дизайне.
5. Работа над основными рекламоносителями в дизайн-проекте.
6. Разработка дизайна и макета: создать общий дизайн и макет для всех документов проекта. Установить цветовые схемы, выбрать подходящие шрифты и создать стиль, отражающий цели и характер проекта.
7. Проектируйте и разрабатывайте графический дизайн на основе вашей концепции.
8. Создать предварительные макеты плакатов, используя графические программы или ручную отрисовку
9. Оценка и аргументация эффективности дизайна вашего бренда.
10. Создание логотипов, цветовых палитр, выбор типографики и разработка элементов брендбука компании. Каким вы видите стилистическое решения для вашего бренда?
11. Дизайн интерфейса и веб-дизайн вашего дизайн-проекта.
12. Дизайн печатной продукции. Какую полиграфическую рекламу лучше выбрать и почему?
13. Сувенирная продукция вашего бренда.
14. Создание инфографики вашего бренда.
15. Разработка контента и графических элементов для различных платформ социальных медиа.
16. Анализ предыдущих успешных компаний в графическом дизайне для получения вдохновения и идей.
17. Изучение процесса сбора информации, проведение исследования, анализ конкурентов и разработка концепции проекта.
18. Создание концепции и разработка идей для дизайн-проекта, учитывая цели и особенности рекламной кампании.
19. Разработка скетчей или проведение цифровых эскизов для визуализации идеи и оценки возможных дизайн-решений.

### **7.3. Примерный перечень вопросов для подготовки к экзамену/зачету**

1. Как производится анализ целевой аудитории?
2. Какие существуют особенности восприятия покупателем рекламно-графической информации при выборе товара в графическом дизайне?
3. Какую полиграфическую рекламу лучше выбрать для лучшего восприятия целевой аудитории?
4. Для чего нужна модульная сетка?
5. На что стоит опираться при анализе конкурентов?
6. Как стилиобразующие приёмы могут повлиять на выбор целевой аудитории?
7. Как правильно произвести анализ рынка? На что нужно опираться?
8. Как узнать, насколько хорошо дизайн проект адаптирован для использования в различных форматах, таких как наружная реклама или печать?
9. Какой вид наружной рекламы вам известен?
10. Для какой цели бренд создает мерч?
11. Как цветовая палитра может повлиять на настроение вашего бренда?
12. Как выбор правильного шрифта и его расположение влияет на восприятие?

13. Что такое исследование и концептуализация визуальных коммуникаций на различных визуальных носителях?
14. Что такое дизайн интерфейса и веб-дизайн?
15. На чем фокусируется дизайн интерфейса?
16. На чем базируется Веб-дизайн?
17. Какую роль играет графический дизайн в привлечении внимания и создании интереса в социальных медиа?
18. Что такое баннеры и обложки для соц.сетей?
19. Для чего нужно следовать единому визуальному стилю в социальных медиа?
20. Как правильно подготовить макет к печати?
21. Какое разрешение нужно для печати, RGB или CMYK?
22. Для чего нужны вылеты на макете полиграфической продукции?
23. Определите, какие результаты вы можете достичь с помощью рекламной кампании?
24. Как создать окончательный версию макета, готовую для дальнейшего использования в наружной или печатной рекламе?
25. Для чего нужна цветопроба в типографии?

### **7.3.1 Примерные практические (ситуационные) задания в тестовой форме**

Тестовые задания по темам зачетов и экзаменов по дисциплине «Основы производственного мастерства» не предусмотрены. Освоения обучающимися разделов дисциплины оценивается по результатам выполнения курсовых работ.

## **8. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНЫХ ИСТОЧНИКОВ**

### **8.1. Основная учебная литература**

№ п/п	Автор, название, выходные данные	Рекомендуется к следующим темам
1.	Смирнова, Л. Э. История и теория дизайна : учебное пособие / Л. Э. Смирнова ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2014. – 224 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=435841">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=435841</a> (дата обращения: 29.09.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-3096-5. – Текст : электронный.	Ко всем темам

2.	Корякина, Г. М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль : учебное наглядное пособие для практических занятий : [16+] / Г. М. Корякина, С. А. Бондарчук. – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576869">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576869</a> (дата обращения: 29.09.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст : электронный.	Ко всем темам
3.	Цыганков, В. А. Знак/символ : учебное пособие : [12+] / В. А. Цыганков. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2013. – 44 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488299">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488299</a> (дата обращения: 29.09.2023). – Текст : электронный.	Ко всем темам
4.	Кашевский, П. А. Шрифты : учебное пособие / П. А. Кашевский. – Минск : Літаратура і Мастацтва, 2012. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139774">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=139774</a> (дата обращения: 29.09.2023). – ISBN 978-985-6941-43-9. – Текст : электронный.	Ко всем темам
5	Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие : [16+] / Д. Б. Луговой ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 131 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483728">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=483728</a> (дата обращения: 29.09.2023). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.	Ко всем темам

## 8.2. Дополнительная учебная литература

№ п/п	Автор, название, выходные данные	Рекомендуется к следующим темам
1	Графический дизайн. Современные концепции: учеб. пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.]; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2018. — 183 с.	Ко всем темам
2	Жданов Н. В. Промышленный дизайн: бионика. — М.: Юрайт, 2020. — 122 с.	Ко всем темам

## 8.3. Вспомогательная литература

1. <https://www.similarweb.com/blog/ru/research-ru/audience-and-brand-building-ru/target-audience-analysis/>

Что такое целевая аудитория и как вы можете анализировать свою?

2. <https://pentaschool.ru/news/rol-graficheskogo-dizajna-v-reklame>

Роль графического дизайна в рекламе

3. <http://blog.pagbac.ru/ponyatie-graficheskogo-dizajna-chto-takoe-dizajn-poligrafii/> Полиграфический дизайн. Что такое дизайн полиграфии?

4. <https://www.behance.net/search/projects/?search=Сувенирная%20продукция> Примеры сувенирной продукции.

#### **8.4. Иные источники**

1. Российская библиотечная ассоциация. URL: [http:// www.rba.ru](http://www.rba.ru)
2. Межрегиональная ассоциация деловых библиотек. URL: [http:// www.library.ru](http://www.library.ru)
3. Муниципальное объединение библиотек. URL: [http:// www.gibs.uralinfo.ru](http://www.gibs.uralinfo.ru)
4. Сетевая электронная библиотека. URL: [http:// web.ido.ru](http://web.ido.ru)
5. Служба электронной доставки документов и информации Российской государственной библиотеки «Русский курьер». URL: [http:// www.rsl.ru/courier](http://www.rsl.ru/courier)
6. Списки ссылок на библиотеки мира. URL: [http:// www.techno.ru](http://www.techno.ru)
7. Электронная библиотека. URL: [http:// stratum.pstu.as.ru](http://stratum.pstu.as.ru)
8. Виртуальные библиотеки. URL: [http:// imin.urc.ac.ru](http://imin.urc.ac.ru)
9. Российская национальная библиотека. URL: [http:// www.rsl.ru](http://www.rsl.ru)
10. Государственная публичная научно-техническая библиотека России.  
URL: [http:// gpntb.ru](http://gpntb.ru)
11. Публичная электронная библиотека. URL: [http:// gpntb.ru](http://gpntb.ru)

#### **8.4. Электронные ресурсы**

*базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:*

1. Журнал «Вопросы образования»: онлайн версия и архив выпусков [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://ecsocman.hse.ru/vo/>
2. Журнал «Высшее образование в России»: онлайн версия и архив выпусков [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL <http://www.vovr.ru/>
3. Журнал «Высшее образование сегодня»: онлайн версия и архив выпусков [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL <http://www.hetoday.org/>
4. Журнал «Социологические исследования»: онлайн версия и архив выпусков [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL <http://ecsocman.hse.ru/socis/>
5. Журнал «Социологический журнал»: онлайн версия и архив выпусков [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL [isras.ru](http://isras.ru)
6. Библиотека socioline.ru: сайт для студентов-социологов [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://socioline.ru/library/>
7. Библиотека Гумер: сайт для студентов гуманитарных специальностей [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gumer.info.ru>
8. Интегральный каталог образовательных интернет-ресурсов, электронная учебно-методическая библиотека для общего и профессионального образования, ресурсы системы федеральных образовательных порталов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://window.edu.ru/window> - [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](#)
9. Российская национальная библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.nlr.ru/>

10. Социально-гуманитарное и политологическое образование: федеральный портал - Материалы по различным социальным и гуманитарным предметам [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru>
11. Электронная библиотека учебников для гуманитарных специальностей [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gumfak.ru>
12. Электронный каталог книг, диссертаций, журнально-газетных статей библиотеки МГПУ в сети интернет [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mspu.edu.ru/>
13. Энциклопедический интернет-ресурс «Рубрикон» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rubricon.ru/>
14. Федеральный образовательный портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/>
12. Научная электронная библиотека elibrary.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
13. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
14. Единый архив социологических данных [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sofist.socpol.ru/main.htm>
15. Фонд «Общественное мнение» (ФОМ) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fom.ru>
16. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.wciom.ru>
17. Аналитический центр «Левада Центр» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.levada.ru>
18. РосБизнесКонсалтинг – Общество [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://top.rbc.ru/society>
19. Официальный сайт Министерства образования и науки Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>
20. Электронно - библиотечная система образовательных и просветительских изданий [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.iqlib.ru/>  
<http://www.knigafund.ru/books/106756/read#page5>

## **9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

### **9.1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Российское образование. [Электронный ресурс]. <http://www.edu.ru/>
2. Глоссарий.ру. [Электронный ресурс].: <http://www.glossary.ru/>.
3. Гуманистика. [Электронный ресурс]. <http://www.humanistica.ru/>
4. Кирилл и Мефодий. [Электронный ресурс]. <http://www.km.ru/>
5. Классические словари. [Электронный ресурс]. <http://www.rambler.ru/dict/>
6. Мир энциклопедий. [Электронный ресурс]. <http://www.encyclopedia.ru/>
7. Российская государственная библиотека. [Электронный ресурс]. <http://www.rsl.ru>
8. Библиотека популярных текстов. [Электронный ресурс]. <http://www.saslib.ru>.

### **9.2. Технические средства и программное обеспечение**

- **Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства**
- **Microsoft Windows (лицензионное программное обеспечение)**
- **Microsoft Office (лицензионное программное обеспечение)**

- **Google Chrome (свободно распространяемое программное обеспечение)**
- **7. Microsoft Visual Studio (лицензионное программное обеспечение)**
- **14. Microsoft SQL Server Management Studio (лицензионное программное обеспечение)**
- **15. Microsoft Visio (лицензионное программное обеспечение)**
- **17. Notepad++ (свободно распространяемое программное обеспечение)**
- **23. Антиплагиат. Вуз (лицензионное программное обеспечение)**
- **24. Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства)**
- **25. 1С:Предприятие 8.3 (лицензионное программное обеспечение)**

- мультимедийный проектор и экран; персональный компьютер с программным обеспечением: операционная система Windows 10; офисный пакет Microsoft Office 2019/2021, включающий программу подготовки и демонстрации презентаций Microsoft PowerPoint;

- учебная доска (маркерная).

### **9.3. Современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

- Консультант+ (лицензионное программное обеспечение отечественного производства);

- <http://www.garant.ru> (ресурсы открытого доступа);

- электронно-библиотечные системы: ЭБС «Университетская библиотека онлайн»; (URL: <https://www.biblio-online.ru/>).

- ЭБС Лань <https://e.lanbook.com>.

### **9.4. Материально-техническая база**

Учебные аудитории для проведения:

занятий лекционного типа, обеспеченные наборами демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Кабинеты и другие помещения:

Лингафонный кабинет;

**Фото-видео студия**

**Лаборатория графического дизайна**

**Лаборатория компьютерного проектирования**



