

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 24.06.2022 13:56:15

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Коммерции, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол №9 от 31 мая 2022 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.В.05 Основы дизайна и инфографики

Основная профессиональная образовательная программа

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
программа Диджитал реклама, связи с общественностью и медиа-коммуникации

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2022

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Основы дизайна и инфографики входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Последующие дисциплины по связям компетенций: Современные маркетинговые коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Планирование и организация коммуникативных кампаний и мероприятий, Креативные технологии в рекламе, Дизайн рекламного продукта, Фотолaborатория, Визуальные коммуникации, Медиапланирование, Ценообразование в рекламном бизнесе

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Основы дизайна и инфографики в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен планировать и подготавливать коммуникационные кампании и мероприятия

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:
	механизмы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR- кампании при создании коммуникационного продукта; навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

ПК-4 - Способен организовывать работу рекламных служб и служб по связям с общественностью

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:
	правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового	создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом	навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании

	и отечественного опыта	мирового и отечественного опыта	
--	------------------------	---------------------------------	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 5
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	17.85/0.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Основы дизайна и инфографики представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Основы рекламного дизайна	10	10			10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
2.	Инфографика как объект графического дизайна	8	8			7,85	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
	Контроль	18					
	Итого	18	18	0.15		17.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Основы дизайн-проектирования	лекция	Графический дизайн как вид проектной деятельности
		лекция	Креативный бриф для визуальных продуктов
		лекция	Композиция и колористика в рекламном дизайне

2.	Инфографика как объект графического дизайна	лекция	Роль и место инфографики в современном информационном пространстве и медиа
		лекция	Визуальный контент и новые формы презентации информационного материала
		лекция	Проектирование инфографики

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Основы рекламного дизайна	практическое занятие	Графический дизайн как вид проектной деятельности
		практическое занятие	Креативный бриф для визуальных продуктов
		практическое занятие	Композиция и колористика в рекламном дизайне
2.	Инфографика как объект графического дизайна	практическое занятие	Роль и место инфографики в современном информационном пространстве и медиа
		практическое занятие	Визуальный контент и новые формы презентации информационного материала
		практическое занятие	Проектирование инфографики

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основы рекламного дизайна	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Инфографика как объект графического дизайна	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477307>

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN

978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

Дополнительная литература

1. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг:.. — Москва: Дашков и К 2018 г.— 324 с. — Электронное издание. — ISBN 978-5-394-00792-7 <https://ibooks.ru/product.php?productid=342403>

Литература для самостоятельного изучения

1. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447954>

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/433737> Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468965>

3. Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06654-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454444>

4. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469320>

5. Мантуленко В. В. Информационный менеджмент [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. С. Зотова. - Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2015. - 52 с. - ISBN 978-5-94622-577-9. <http://lib1.sseu.ru/MegaPro/Web>

6. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451046>

7. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/482662>

8. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469273>

а. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450047>

б. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469359>

с. Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11004-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475643>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Основы дизайна и инфографики:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен планировать и подготавливать коммуникационные кампании и мероприятия

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	механизмы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью; принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-компании при создании коммуникационного продукта; навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
Пороговый	Основные инструменты инфорграфики и приемы графического дизайна	Преобразовывать информацию в инфографику	Построения качественной инфографики

Стандартный (в дополнение к пороговому)	Классификационные признаки и инструменты инфорграфики и современные приемы графического дизайна	Трансформировать качественную и количественную информацию в инфографику, разрабатывать фирменную айдентику	Построения качественной инфографики и применения современных технологий дизайна в продвижении бренда компании
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Инновационные технологии и цифровые инструменты инфорграфики и графического дизайна	Трансформировать информацию любого типа в инфографику, разрабатывать фирменную айдентику, настраивать графический дизайн презентационных материалов в маркетинговых коммуникациях	Создание эффективной инфографики и применения современных технологий креативного дизайна в цифровой среде бизнеса

ПК-4 - Способен организовывать работу рекламных служб и служб по связям с общественностью

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-4.1: Знать:	ПК-4.2: Уметь:	ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):
	правила создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Пороговый	Ключевые понятия, цели и задачи дизайна и инфографики	Делать инфографику и осуществлять различные виды дизайна	Инструментарием инфографики и дизайна
Стандартный (в дополнение к пороговому)	Терминологию и технологию управления креативным бюро	Планировать работу коллектива по созданию инфографики и разработки дизайна	Передовым Инструментарием инфографики и современного дизайна
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	Принципы командообразования и технологию организации дизайнерских бюро	Планировать и совершенствовать работу творческого и технического персонала коллектива по созданию инфографики и разработки дизайна	Навыками модернизации инструментария инфографики с учетом лучших мировых практик

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный

1.	Основы рекламного дизайна	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет
2.	Инфографика как объект графического дизайна	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Зачет

6.4.Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Основы рекламного дизайна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности графического дизайна в современном контексте. 2. Виды графического дизайна. Композиционные средства. 3. Анализ современных подходов в графическом дизайне. 4. Понятие иллюстрация. Виды иллюстраций. 5. Виды графических материалов и техник, используемых в процессе иллюстрирования. 6. Ведущие принципы: целостность композиции, ее единство, композиционное равновесие, композиционный центр. 7. Изучение процесса проектирования макета книги. 8. Способы представления проекта в материале. 9. Понятия «серия» и «сериальность», «композиция кадра», «симметрия», «асимметрия», «диагонали», «абстракция», яркий свет и тени. Признаки и рамки серийности. 10. Процесс разработки концепции серии работ. 11. Требования, предъявляемые к фотографии. Сюжет и его концепция. 12. Проектирование визуального ряда и описание сюжетного решения (метафорами, высказываниями, цитатами и т.д.) 13. Арт-объект как результат дизайн проектирования. 14. Принципы проектирования арт-объектов. 15. Анализ проектной ситуации и выявление потребностей профессиональных сообществ, граждан. 16. Разработка концепции и стилового решения для последующей разработки Арт-объекта. 17. Арт-объект и средовое пространство, применяемые материалы.
Инфографика как объект графического дизайна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности инфорграфики, основные подходы в проектирование. 2. Назначение инфографики и направленность. 3. Приемы графической подачи информации. 4. Особенности выполнения образовательных проектов при помощи графической подачи информации. 5. Формы передачи инфографики: вербальная и изобразительная. 6. Визуальные формы инфографики. 7. Организация и структурирование информации. Визуальная иерархия информации 8. Цели и задачи проектирования инфографики. Этапы проектирования инфографики. 9. Анимированная и плоскостная инфографика. 10. Роль текстовой информации в инфографике. 11. Шрифты, правила использования. 12. Роль цвета, колористика. Сервисы для подбора и генерации цветовых сочетаний. 13. Интерактивная инфографика (понятие, примеры). 14. Аналитика, умение анализировать инфографические объекты. 15. Особенности выбора данных непосредственно для визуализации.

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Основы рекламного дизайна	<ol style="list-style-type: none">1. Выразительные средства создания иллюстрации.2. Графические техники создания журнальной иллюстрации.3. Техника «коллаж» в журнальной иллюстрации.4. Сюжетно-композиционный центр в иллюстрации.5. Прием кадрирования изображения.6. Иллюстрация для обложки книги, журнала.7. Гротескный рисунок в журнальной иллюстрации.8. Фотография в книжной и журнальной иллюстрации.9. Авторские изобразительные средства и техники исполнения журнальной иллюстрации.10. Композиционные приемы гармонизации взаимодействия заголовка и иллюстрации.11. Особенности создания коммерческой и рекламной иллюстрации.12. Средства создания художественного образа в современном графическом дизайне.13. Графический дизайн, его направления, современное состояние.14. Эволюция графического дизайна.15. Направления и перспективы развития современной полиграфии.16. Новые формы представления информационного материала в СМИ.
Инфографика как объект графического дизайна	<ol style="list-style-type: none">1. Виды инфографики по формату представления2. Виды инфографики по способу представления3. Видеоинфографика4. Анимированная инфографика5. Тренды в инфографике.6. Способы создания инфографических объектов (программы, сервисы, готовые наборы, шаблоны).7. Авторское право: источники изображений для инфографики, обзор ресурсов готовых изображений.8. Этапы создания инфографики.9. Сервисы, с помощью которых можно создать инфографику.10. Понятие инфографики11. Особенности инфографики, основные подходы в проектировании.12. Назначение инфографики и направленность.13. Приемы графической подачи информации.14. Особенности выполнения образовательных проектов при помощи графической подачи информации.

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

1. В переводе с английского языка слово «дизайн» означает:

- проектировать
- проект
- чертить
- план

2. Дизайн – это ...

- художественное конструирование
- вид художественной деятельности, проектирование промышленных изделий, обладающих эстетическими свойствами

- принцип сочетания удобства, экономичности и красоты
- различные виды проектировочной деятельности, имеющей целью формирование эстетических и функциональных качеств предметной среды.

3. Основным принципом формообразования в дизайне является:

- в форме
- в образе
- в эстетике
- в композиции

4. Разработка специальных пакетов графических и инженерно-конструкторских программ относится

- к дизайну среды
- к компьютерному дизайну
- к графическому дизайну
- к дизайну процессов

5. Удобочитаемость надписи не зависит:

- от соотношения толщины основного штриха и внутрибуквенного просвета;
- от размеров надписи;
- от ее окружения;
- от расстановки слов;
- от цветового решения

6. Художественное средство, благодаря которому достигается графическое оформление печатного текста посредством набора и верстки называется

- графика
- дизайн-графика
- шрифт
- типографика

7. Разработка интерьеров относится

- к индустриальному дизайну
- к архитектурному дизайну
- к органическому дизайну
- к дизайну среды

8. Искусство создавать гармоничное сочетание естественного ландшафта с освоенными человеком территориями, населенными пунктами, архитектурными комплексами и сооружениями, называется

- ландшафтная архитектура
- архитектурный дизайн
- органический дизайн
- дизайн среды

9. Фирменный стиль содержит обычно не более

- 3-х цветов
- 4-х цветов
- 2-х цветов
- все ответы верны

10. Логотип – это элемент фирменного стиля представляющий собой

- оригинальное начертание производителя товара
- графическое изображение
- фирменную гамму цветов
- фирменный блок

11. Объемное изображение, которое дает представление о пространственной структуре, размерах и пропорциях объекта называется

- перспектива
- эскиз
- макет
- чертеж

12. Что такое айдентика?

- графический онлайн-редактор
- сфера деятельности компании
- система визуальных решений, помогающих однозначно идентифицировать бренд
- рекламная продукция

13. Первый цвет, на который реагирует глаз, если этот цвет попадает в поле зрения.

- красный
- зеленый
- голубой
- белый

14.К какому типу композиции относится графическое изображение с фигурой по центру?

- уравновешенный
- симметричный
- упрощенный
- ленивый
- центральный

15. Расположение графических и текстовых объектов - это ...

- организация
- воркфлоу
- композиция
- кернинг
- керлинг
- дайвинг

16. Что из перечисленного не является элементом дизайна?

- линия
- форма
- единство
- текстура

17. Что такое лигатура?

- корректировка расположения букв для определенных буквенных сочетаний
- комплект начертаний для одного шрифта
- слияние нескольких буквенных символов

18. Что нужно сделать со шрифтами при подготовке макета с дизайном под печать?

- прикрепить файл со шрифтом вместе с макетом
- написать название шрифта
- трассировать шрифт
- перевести в кривые

19. Что такое стилизация?

- упрощение без потери узнаваемости
- переработка изображения в линейный формат
- создание формы при помощи художественных средств
- иконическая форма объекта

20. Графические проекты на векторной основе ...

-ограничены большими размерами файлов

-создаются цифровыми фотоаппаратами

-создаются только в Photoshop

-хорошо масштабируются

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Основы рекламного дизайна	<ol style="list-style-type: none">1. Графический дизайн, как вид проектной деятельности.2. Особенности дизайн проектирования.3. Цель и задачи графического дизайна.4. Особенности графического дизайна в современном контексте.5. Виды графического дизайна.6. Композиционные средства.7. Анализ современных подходов в графическом дизайне.8. Понятие иллюстрация. Виды иллюстраций.9. Виды графических материалов и техник, используемых в процессе иллюстрирования.10. Ведущие принципы: целостность композиции, ее единство, композиционное равновесие, композиционный центр.11. Фактура и текстура в графическом дизайне.12. Знак в графической композиции.13. Использование различных типов знаков в современном14. графическом дизайне.15. Понятие концептуальной композиции и её характерные черты.16. Способы применения цвета в графической композиции.17. Особенности монохромного решения композиции.18. Способы достижения гармоничного равновесия в полихромных19. композициях.20. Понятие «художественных образ» и его особенности.21. Основные принципы организации композиции.22. Виды равновесия. Факторы, влияющие на равновесие в композиции.23. Использование негативных и позитивных форм в современном дизайне.24. Основные законы композиции, их свойства.25. Изобразительная метафора, её применение в графическом дизайне.26. Современные шрифты в полиграфической промышленности.27. Направления в графическом дизайне.28. Знакообразование (история, современные знаки – символы в графическом дизайне).29. Концептуальная композиция.30. Понятие «стилизация», её виды.31. Цвет в графической композиции.32. Особенности графической композиции на объемных носителях.33. Визуализация вербальной информации в графическом дизайне.34. Классификации визуальных элементов информации35. Разновидности визуального контента в печатных СМИ и издательских проектах.36. Редакторская концепция издания. Проблема анализа концепции издания с точки зрения текстового, визуального, мультимедийного формата представления материала37. Периодизация метода визуализации информации в российской печати. Характеристика этапов развития

	<p>38. Современный медиатекст в эстетике и стилистике графического дизайна и веб- дизайна.</p> <p>39. Креолизованный текст</p> <p>40. Факторы, определяющие концепцию современного издания, медиатекста</p> <p>41. Распространенные элементы-инструментарии визуализации: графические символы, фотоизображения, рисунки, типографика. Принципы функционирования.</p> <p>42. Укрупненные типологические единицы визуализации: репрезентации медийной информации, видео, анимация, карты, принтскрины, облако тегов. Принципы функционирования</p> <p>43. Типичные недостатки / ошибки, возникающие при разработке издательского проекта при выборе инструментов визуализации</p> <p>44. Базовые элементы визуализации интернет-СМИ: видеоряд, видеосюжеты и фотография. Принципы и методы их функционирования при разработке концепции издательского проекта.</p> <p>45. Графический дизайн в интернет-СМИ через призму концепции издательского проекта</p>
Инфографика как объект графического дизайна	<ol style="list-style-type: none"> 1. Спектр применения инфографики (статичной, динамической, аналитической, новостной). 2. Базовые элементы инфографики интернет-СМИ: структурированные таблицы и списки, диаграммы, графики и таймлайны. Принципы и методы их функционирования при разработке концепции издательского проекта 3. Контент-инфографика: мультимедийные истории, лонгриды, интерактивные карты 4. Базовые элементы инфографики интернет-СМИ: структурированные таблицы и списки, диаграммы, графики и таймлайны. Принципы и методы их функционирования при разработке концепции издательского проекта 5. Контент-инфографика: мультимедийные истории, лонгриды, интерактивные карты 6. Тематические принципы функционирования инфографики. 7. Инфографика как продукт графического дизайна в СМИ. 8. Инфографика как основной инструмент визуализации информации в СМИ 9. Главные формы инфографики и методы их функционирования.

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-2, ПК-4
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне