

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра культурологии и социально-гуманитарных технологий**

Авторы-составители: **Березина Елена Михайловна  
Манторова Анна Владимировна**

Рабочая программа дисциплины

**ДИЗАЙН РЕКЛАМЫ**

Код УМК 83365

Утверждено  
Протокол №7  
от «05» апреля 2021 г.

Пермь, 2021

## **1. Наименование дисциплины**

Дизайн рекламы

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **54.03.01** Дизайн  
направленность Графический дизайн

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Дизайн рекламы** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**54.03.01** Дизайн (направленность : Графический дизайн)

**ОПК.9** Способен проектировать, моделировать, конструировать различные объекты для создания авторского дизайн-проекта

**Индикаторы**

**ОПК.9.2** Конструирует предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе, для создания доступной среды

**ПК.1** Способен разрабатывать проекты дизайн-объектов различного плана

**Индикаторы**

**ПК.1.2** Владеет рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	54.03.01 Дизайн (направленность: Графический дизайн)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	11
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	4
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	144
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	56
<b>Проведение лекционных занятий</b>	14
<b>Проведение лабораторных работ, занятий по иностранному языку</b>	42
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	88
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен (11 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **«Дизайн рекламы»**

Курс «Дизайн и рекламные технологии» является обязательной дисциплиной вариативной части профессионального цикла образовательной программы. Курс предполагает изучение рекламы как культурно-исторического феномена. Особое внимание уделяется анализу изобразительного языка рекламы. Изучение курса способствует формированию умений оценки художественно – выразительных средств рекламы и создания эффективного дизайна рекламной продукции.

Знания и умения, формируемые у обучающихся, необходимы для выполнения научно-исследовательской и выпускной квалификационной работы.

### **Тема 1. Основы рекламных технологий**

Цели, задачи и средства рекламной деятельности.

### **Тема 2. Роль и значение рекламы в современных условиях. Проблема восприятия визуальной информации**

История рекламы. Древнейший период развития рекламы. Реклама в античном мире. Средневековая реклама. Западноевропейская и американская реклама Нового времени. Реклама в России дореволюционного и советского периодов. История наружной рекламы. Рекламный плакат в России. Российская реклама в прессе XIX века. Российская реклама начала XX века. Рекламные тексты В. Маяковского. Российская реклама второй половины XX века. Особенности современной рекламы. Креатив и проблема визуализации информации.

### **Тема 3. Печатная реклама и ее элементы**

Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Законы гармоничной композиции. Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Ассоциативность и образность в рекламе.

Цвет и цветовые гармонии в рекламе. Способы описания цвета и цветовые модели. Конструктивная структура рекламы. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.

Правила создания эффективного текста. Заголовки. Работа с иллюстрациями. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Правила создания эффективного текста.

Модульная система проектирования. Модульные сетки. Модульная структура как древнейший и простейший метод создания упорядоченных систем. Модульные сетки в современных печатных изданиях: реклама, газета, журнал, книга. Основные принципы построения модульных сеток.

### **Тема 4. Правила размещения вывесок в городской среде**

Самостоятельное изучение правил размещения вывесок в городской среде на примере г. Перми.

### **Тема 5. Особенности дизайна наружной рекламы**

Цели и задачи наружной рекламы. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной наружной рекламы.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Графический дизайн. Современные концепции : учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 119 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/444790>

2. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2012. — 104 с. — ISBN 978-5-7782-2192-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/44764.html>

### Дополнительная:

1. Розенсон И. А. Основы теории дизайна: учебник для вузов / И. А. Розенсон. — СПб.: Питер, 2006, ISBN 5-469-01143-7.-219.

2. Пигулевский, В. О. История дизайна. Вещи и бренды : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов : Вузовское образование, 2018. — 235 с. — ISBN 978-5-4487-0266-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75952.html>

3. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для академического бакалавриата / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 139 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11344-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/445211>

## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

[www.pinterest.ru](http://www.pinterest.ru) Пинтерест (Россия / Russia)  
[www.behance.net](http://www.behance.net) Behance :: Best of Behance  
<https://dribbble.com/> Dribbble  
<http://lovelypackage.com/> Lovely package  
<https://www.designspiration.com/> Design spiration  
<https://logopond.com/> Logopond

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Дизайн рекламы** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Образовательный процесс по дисциплине **Дизайн рекламы** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- 1) презентационные материалы (слайды по темам лекционных занятий);
- 2) доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
- 3) доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
- 4) интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта);
- 5) тестирование.

Перечень необходимого лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения:

- 1) офисный пакет приложений (текстовый процессор, программа для подготовки электронных презентаций);
- 2) программа демонстрации видеоматериалов (проигрыватель);
- 3) приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
- 4) Illustrator CS6 16Multiple Platforms Russian;
- 5) InDesign CS6 8Multiple Platforms Russian;
- 6) Photoshop Extended CS6 13Multiple Platforms Russia.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база обеспечивается наличием:

Для занятий лекционного типа необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой

(проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Компьютерный класс. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

Для проведения лабораторных занятий – аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Компьютерный класс. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

Для проведения групповых (индивидуальных) консультаций необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для проведения мероприятий текущего контроля и промежуточной аттестации необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Компьютерный класс. Состав оборудования определен в Паспорте компьютерного класса.

Для самостоятельной работы необходима аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Дизайн рекламы**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ОПК.9**

**Способен проектировать, моделировать, конструировать различные объекты для создания авторского дизайн-проекта**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<p><b>ОПК.9.2</b> Конструирует предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе, для создания доступной среды</p>	<p>Уметь ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Уметь работать с рекламными носителями разного типа; Владеть навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p>	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не умеет ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Не умеет работать с рекламными носителями разного типа; Не владеет навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>При консультативной поддержке может ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Демонстрирует частично сложившееся умение работать с рекламными носителями разного типа; Фрагментарное применение навыков использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Успешное, но содержащее отдельные проблемы умение работать с рекламными носителями разного типа; Успешное, но содержащее отдельные проблемы владение навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированное умение самостоятельно ориентироваться в экономических аспектах дизайна рекламы; Сформированное умение самостоятельно работать с рекламными носителями разного типа; Успешное и систематическое применение навыков использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов;</p>

### ПК.1

#### Способен разрабатывать проекты дизайн-объектов различного плана

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p><b>ПК.1.2</b> Владеет рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями</p>	<p>Знать особенности развития рекламы в историческом контексте; Уметь анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; Уметь аккуратно выполнять графические работы; Владеть навыками композиционно грамотной верстки; Владеть навыками работы с элементами типографики в области рекламы;</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает основные особенности развития рекламы в историческом контексте; Не умеет анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; Не умеет аккуратно выполнять графические работы; Не владеет навыками композиционно грамотной верстки; Не владеет навыками работы с элементами типографики в области рекламы;</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает некоторые основные особенности развития рекламы в историческом контексте; При консультативной поддержке может анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна; При консультативной поддержке может аккуратно выполнять графические работы; Фрагментарное применение навыков работы с элементами типографики в области рекламы; Фрагментарное применение навыков композиционно грамотной верстки;</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Имеет общее представление об основных особенностях развития рекламы в историческом контексте;  В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна;  В целом успешное, но содержащее отдельные проблемы умение аккуратно выполнять графические работы;  Успешное, но содержащее отдельные проблемы владение навыками работы с элементами типографики в области рекламы;  Успешное, но содержащее отдельные проблемы владение навыками навыков композиционно грамотной верстки;</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Сформированные систематические знания особенностей развития рекламы в историческом контексте;  Сформированное умение самостоятельно анализировать рекламный продукт с точки зрения дизайна;  Сформированное умение аккуратно выполнять графические работы;  Успешное и систематическое применение навыков работы с элементами типографики в области рекламы;  Успешное и систематическое применение навыков композиционно грамотной верстки;</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : СУОС 2019

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Экзамен

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<b>Входной контроль</b>	Тема 1. Основы рекламных технологий <b>Входное тестирование</b>	Умеет оперативно решать графические задачи; Умеет формировать графическую систему из предлагаемых элементов Владеет навыками осмысления дизайна как социального явления;
<b>ПК.1.2</b> Владеет рисунком и приемами работы, с обоснованием художественного замысла дизайн-проекта, в макетировании и моделировании, с цветом и цветовыми композициями	Тема 2. Роль и значение рекламы в современных условиях. Проблема восприятия визуальной информации <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знать принципы применения рекламных визуальных технологий различных исторических периодов; Уметь создавать рекламный дизайн-проект разной стилистической направленности; Уметь проводить предпроектный анализ рекламной ситуации; Уметь определять сильные и слабые стороны дизайн-проекта; Уметь соотносить экономический и дизайнерский аспекты рекламы; Владеть навыками грамотной подачи-презентации;

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p><b>ОПК.9.2</b> Конструирует предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе, для создания доступной среды</p>	<p>Тема 3. Печатная реклама и ее элементы <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Уметь создать эффективное сочетание текста и иллюстраций средствами верстки и композиционных приемов; Уметь формировать наилучшее композиционное решение графических констант; Владеть навыками подбора шрифтовых гарнитур с учетом ассоциативности и образности объектов рекламы; Владеть навыками использования современных графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов; Владеть навыками грамотной подачи-презентации;</p>
<p><b>ОПК.9.2</b> Конструирует предметы, товары, промышленные образцы, коллекции, комплексы, сооружения, объекты, в том числе, для создания доступной среды</p>	<p>Тема 5. Особенности дизайна наружной рекламы <b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Уметь сформулировать синтез экономического спроса и предложения в рекламном проекте; Уметь организовывать взаимодействие элементов наружной рекламы и окружающей среды; Владеть навыками подбора максимально эффективного носителя наружной рекламы для предлагаемого дизайн-проекта; Владеть навыками использования современных информационных ресурсов и графических редакторов для реализации и создания дизайн-проектов; Владеть навыками грамотной подачи-презентации;</p>

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Тема 1. Основы рекламных технологий

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Уметь вычленять характеристики продукта, наиболее эффективные для визуального представления	17

Владеть навыками построения актуальных социокультурных ассоциаций	10
Уметь решать графические задачи в режиме цейтнот	3

## **Тема 2. Роль и значение рекламы в современных условиях. Проблема восприятия визуальной информации**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Реализовывает ребрендинг с учетом анализа слабых сторон дизайн-объекта;	7
Формулирует функционально-эстетический синтез экономического спроса и предложения в рекламном проекте;	6
Грамотно визуализирует экономическое предложение средствами графического дизайна в рамках исторической стилизации;	5
Грамотно визуализирует экономическое предложение средствами графического дизайна с учетом современных социокультурных факторов;	5
Знает основные особенности рекламных визуальных технологий выбранного исторического периода	3
Аккуратно выполняет дизайн-проект;	3

## **Тема 3. Печатная реклама и ее элементы**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Создает эффективное сочетание текста и иллюстраций средствами верстки и композиционных приемов;	7
Успешно владеет инструментами Adobe Photoshop и Adobe Illustrator для создания рекламных дизайн-проектов;	6
Аккуратно выполняет дизайн-проект;	5
Успешно подбирает шрифтовые гарнитуры с учетом целевой аудитории предполагаемого периодического издания;	2
Успешно подбирает шрифтовые гарнитуры с учетом ассоциативной нагрузки произведения;	2
Композиция выстроена с учетом сложившихся черт образа выбранного персонажа;	2
Композиция выстроена с учетом особенностей предполагаемого периодического издания и тематики статьи;	2
Композиция выстроена с учетом образности произведения;	2
Успешно подбирает шрифтовые гарнитуры с учетом сложившегося в социокультурном	2

пространстве образе выбранного персонажа	

### **Тема 5. Особенности дизайна наружной рекламы**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Элементы наружной рекламы не противоречат экстерьеру, сохраняя свою стилистическую индивидуальность	13
Спроектировано и обосновано более функционально и эстетически подходящее дизайн-решение фрагмента городского пространства	10
Учтены правила размещения наружной рекламы в городской среде	10
Успешно владеет инструментами Adobe Photoshop и Adobe Illustrator для создания презентаций на основе дизайн-проекта;	5
Аккуратно выполняет дизайн-проект;	2