

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич

Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕврАзЭС»

Дата подписания: 24.10.2022 16:33:42

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Проектирование

(наименование дисциплины)

Направление подготовки 54.03.01 Дизайн

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Коммуникативный дизайн

2021 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Проектирование» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 25 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Раздел 1. Введение в предмет. Базовые категории визуальной культуры.

Тема 1. Визуальное восприятие визуальные коммуникации в контексте истории визуальных практик. Понятие визуализации.

Тема 2. Видимое и невидимое в визуальной культуре. Физическая и ментальная оптика среды и пространства. Эволюция зрения, видения и визуализации в контексте истории визуальных практик и визуально-пластических искусств.

Тема 3. Природа визуальной коммуникации. Структура и технология визуального текста. Семиология визуальных сред и коммуникативных процессов.

Тема 4. Тотализация видимого. Актуальные практики визуальной коммуникации в искусстве и дизайне. Проект визуального сообщения.

Раздел 2. Визуализация идеи в медиа дизайне. Проектирование рекламно-графической продукции.

Тема 1. Визуализация идеи в медиа дизайне.

Тема 2. Проектирование медийной рекламной продукции.

Раздел 3. Коммуникативное пространство медиа и его организация.

Тема 1. Проектирование объектов виртуальной среды.

Тема 2. Использование анимации и компьютерной графики в медиа среде.

Раздел 4. Проектирование дизайн-объектов в мультимедиа пространстве с элементами анимации.

Тема 1. Дизайн-сопровождение медиа-события

Тема 2. Проектирование комплекса дизайн-объектов в мультимедиа пространстве для сопровождения медиа-события.

Раздел 5. Сопровождение мероприятий в мультимедиа пространстве.

Тема 1. Специфика мультимедиа сопровождения коммерческих, развлекательных и социальных мероприятий для молодежной аудитории.

Тема 2. Проектирование и продвижение эвептов для молодежной аудитории в новейших медиа.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Специфика изучения дисциплины «Проектирование» предполагает включение теоретического материала непосредственно в ткань практических занятий.

Практические занятия

Раздел 1. Введение в предмет. Базовые категории визуальной культуры.

Тема 1. Визуальное восприятие визуальные коммуникации в контексте истории визуальных практик. Понятие визуализации.

Понятие видения. Зрение и виденье. Ключевые оптические факторы. Свет и темнота. Границы видимого. Феномен визуализации. Визуализация и вербализация.

Задание: «Видимое-невидимое» - графическая работа.

Тема 2. Видимое и невидимое в визуальной культуре. Физическая и ментальная оптика среды и пространства. Эволюция зрения, видения и визуализации в контексте истории визуальных практик и визуально-пластических искусств.

Динамика видимого. Ресурсы невидимого. Практики визуализации: расширение пространства, видимого и пределы оптической экспансии. Визуально-пластические искусства: от визуализации невидимого к тотальной видимости.

Задание: «Картинка и текст» - графическая работа.

Тема 3. Природа визуальной коммуникации. Структура и технология визуального текста. Семиология визуальных сред и коммуникативных процессов.

Субъект и объект визуальной коммуникации. Адресная и безадресная визуальная коммуникация. Визуальный текст, его взаимодействие с вербальным текстом. Семиотические технологии визуализации. Визуальный текст и визуальный контекст. Определенность и неопределенность образа. Работа с бесструктурными визуальными средами.

Задание: «Визуальный образ и текст» - графическая работа.

Тема 4. Тотализация видимого. Актуальные практики визуальной коммуникации в искусстве и дизайне. Проект визуального сообщения.

Безопасность видимости и видимость безопасности. Эволюция визуальных политик. Социальный вайеризм и современные визуальные практики. Искусство и дизайн: актуальные тренды визуализации. Современная информационная среда и визуальное сообщение.

Задание: «Сверхвидимое» - графическая работа.

Раздел 2. Визуализация идеи в медиа дизайне. Проектирование рекламно-графической продукции.

Тема 1. Визуализация идеи в медиа дизайне.

Проектирование средств визуальных коммуникаций. Художественно-проектное моделирование как специфическая форма дизайнерской деятельности. Процесс проектирования: этапы проектирования. Предпроектный анализ, эскиз, как способ визуализации идеи. Творческая идея. Методы генерирования творческой идеи. Способы выработки проектной идеи: мозговой штурм, базовая метафора, бисоциации и др. Объект проектирования в системе взаимодействий: человек — среда — процесс.

Упражнения:

Эскизный проект новогодней открытки.

Эскизный проект экслибриса.

Формальная композиция с применением фактур и текстур.

Задание: Дизайн-проект анимированной (интерактивной) открытки.

Задачи: а) Анализ аналогов и ситуации;

б) Постановка проектной концепции;

в) Презентация проектного решения.

Тема 2. Проектирование медийной рекламной продукции.

Моделирование как основной метод проектирования. Этапы и методы проектного моделирования в дизайне. Предпроектный анализ: требования к проекту. Проектный анализ: семантический анализ, структурно-логическая схема. Графическая модель в дизайн-проектировании. Дизайн визуальных коммуникаций. Знаковые графические системы. Современные графические средства воплощения проектной идеи. Основы сценарного моделирования. Средства анимации. Шрифтовая анимация. Индивидуальная работа.

Упражнения:

Графическое оживление. Упражнение «Африка».

Графическое оживление. Упражнение «Россия».

Анимационный ролик (3-5 сек) «Черный квадрат».

Задание: Дизайн-проект анимационного ролика.

Задачи: а) Анализ аналогов и ситуации;

б) Постановка проектной концепции;

в) Презентация проектного решения.

Раздел 3. Коммуникативное пространство медиа и его организация.

Тема 1. Проектирование объектов виртуальной среды.

Основы гейм-дизайна. Проектирование игровых интерфейсов, игровой среды и персонажей. Поиск и разработка концепции игрового приложения в составе малой креативной группы (3-5 чел.). Разработка пользовательского сценария и геймплея, поиск и разработка визуального оформления и дизайна основных элементов интерфейса приложения. Разработка и тестирование демо-версии или интерактивной презентации. Определение перспектив публичного, (в т.ч. коммерческого) распространения.

Задание: «Простая (однопользовательская) игра в формате мобильного приложения».

Задачи: а) Выполнить эскизный проект интерфейса игрового приложения;

б) Выполнить визуализацию элементов интерфейса игрового приложения;

- в) Подготовить анимацию и программирование элементов игрового интерфейса;
- г) Создать анимационный демо-ролик (интерактивная презентация) игрового приложения.

Тема 2. Использование анимации и компьютерной графики в медиа среде.

Проектирование игровых интерфейсов, игровой среды и персонажей. Поиск и разработка концепции игрового приложения в составе малой креативной группы (3-5 чел.).

Разработка пользовательского сценария и геймплея, поиск и разработка визуальной концепции, персонажей, стилистики и дизайна основных элементов игрового интерфейса в составе команды с четким распределением ролей и специализацией по продуктам, уровням и этапам. Разработка интерактивной презентации, включающей представление ключевых игровых сюжетов, типовых сценариев, среды, персонажей и элементов управления в интерфейсе.

Задание: «Многопользовательская игра, сетевое игровое приложение»

Задачи: а) Выполнить эскизный проект гейм-плея и интерфейса игры;

б) Подготовить визуализацию среды (локаций), сценариев событий, элементов интерфейса игры;

в) Подготовить визуализацию, анимацию и программирование элементов игрового интерфейса;

г) Создать анимационный демо-ролик (интерактивная презентация) игры.

Раздел 4. Проектирование дизайн-объектов в мультимедиа пространстве с элементами анимации.

Тема 1. Дизайн-сопровождение медиа-события

Дизайн серии мультимедиа-объектов к Юбилейной дате. Выбор юбилейной даты в предстоящем году, сбор и анализ исторического материала, выработка смысловой концепции серии роликов или иных мультимедиа носителей на выбор обучающегося. Графическая проработка визуальных образов, поиск стилистики, выразительного приёма анимирования, выбор и реализация компьютерной технологии исполнения серии мультимедиа-объектов.

Задание: Цифровая презентация проведённого предпроектного анализа и итоговых графических образов по теме проекта: «Дизайн-сопровождение медиа-события».

Задачи: а) подготовить поясняющую инфографику к анализу прямых и косвенных проектных аналогов, технологий и графических трендов, -направлений концептуального поиска, выбранной авторской проектной концепции и выбору комплекса визуальных маркеров и идентификаторов виртуальной среды.

б) все эскизы, анализ аналогов, выполненные в технике компьютерной графики, поисковые варианты верстки текстовых массивов, другие наглядные материалы проекта включаются в презентацию в виде обработанных слайдов в соответствии со стилистикой презентации.

Тема 2. Проектирование комплекса дизайн-объектов в мультимедиа пространстве для сопровождения медиа-события.

Типологическое и функциональное разнообразие дизайн-объектов в мультимедиа-пространстве. Перенос смысловой концепции и графических образов на разные носители

мультимедиа дизайна в зависимости от целей продвижения события. Технологические и функциональные особенности разных путей коммуникации и мультимедиа носителей.

Задание: Создание видеофайла и презентации по теме проекта: «Дизайн-сопровождение медиа-события». Содержание видеофайла: видео презентация с фрагментами готовой работы, аниматик, рендер высокого качества с титрами (в т. ч. анимированными), интерактивное управление сценарием презентации.

Раздел 5. Сопровождение мероприятий в мультимедиа пространстве.

Тема 1. Специфика мультимедиа сопровождения коммерческих, развлекательных и социальных мероприятий для молодежной аудитории.

Выбор прикладной темы проекта в соответствии с ценностями и запросами молодежи, с учетом общемировых трендов диджитл-арта и технологических новинок в сфере мультимедиа. Проблематизация и целеполагание проекта, анализ мультимедиа интерактивной среды, образно-смысловых аналогов, компьютерных технологий.

Задание: Цифровая презентация итоговых графических слайдов по теме курсового проекта: «Дизайн-проект и продвижение средствами мультимедиа мероприятия для молодежной аудитории».

Задачи: а) подготовить поясняющую инфографику к проделанному анализу ситуации, к авторской проектной концепции и образно-стилевому решению.

б) все эскизы, анализ аналогов, выполненные в технике компьютерной графики, поисковые варианты верстки текстовых массивов, другие наглядные материалы проекта включаются в презентацию в виде обработанных слайдов в соответствии со стилистикой презентации.

Тема 2. Проектирование и продвижение эвептов для молодежной аудитории в новейших медиа. Выработка проектной концепции имиджа молодёжного мероприятия с учетом специфики продвижения в новейших медиа, с задачей повышения интерактивности дизайн-объектов. Эскизный поиск базовых графических мультимедиа элементов проекта и образно-эмоционального «ключа» в анимированных носителях. Проработка проектного предложения, технологии и графического наполнения мультимедиа дизайн-объектов, интерактивной сувенирной продукции, мобильного приложения и других носителей.

Задание: Создание видеофайла и презентации по теме проекта: «Дизайн-сопровождение медиа-события». Содержание видеофайла: видео презентация с фрагментами готовой работы, аниматик, рендер высокого качества с титрами (в т. ч. анимированными), интерактивное управление сценарием презентации.

Общие моменты для всех проектов

Основные задачи учебного проекта:

1. Продемонстрировать комплексность подхода к решению дизайнерских проблем в области проектирования.

2. Продемонстрировать в выполняемых проектах многообразие функциональных и композиционных решений, обеспечить удобство, комфорт и безопасность, сочетать традиционные приемы с общемировыми трендами диджитл-арта и технологическими новинками в сфере мультимедиа.

Требования к проекту:

В зависимости от выбранной темы, по согласованию с преподавателем, в каждом конкретном случае используется свой набор дизайнерских методик, который уточняется в ходе практических занятий.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Мультимедийная культура в современном информационном обществе.
2. История становления и перспективы развития медиа индустрии.
3. Креативная индустрия как часть современной экономики знаний.
4. Медиа дизайн: цель, задачи, функции.
5. Стратегия развития медиа индустрии в западных странах.
6. История развития гарнитуры шрифта.
7. История развития инструментов письма.
8. Развитие технологий печати.
9. Швейцарская школа типографики.
10. Современная шрифтовая культура.
11. Использование анимации в медиа дизайне анализ примеров.
12. Основные композиционные средства анимации.
13. История развития мультипликации.
14. История развития СМИ.
15. Методы генерирования творческих идей.
16. Информация и способы ее визуализации в современной культуре.
17. Инфографика: цели, задачи и перспективы развития.
18. История развития видео рекламы.
19. История развития графического дизайна.
20. Школы графического дизайна (по выбору).
21. Фирменный стиль: цель, задачи, функции и основные элементы.
22. История возникновения проблемы фирменного стиля.
23. Логотип и основные тенденции дизайна логотипов.
24. История применения модульных сеток.
25. Анализ модульной сетки для проспекта, буклета (по выбору).
26. Основные способы печати: традиционные и новейшие.
27. Основные материалы для печати и их свойства.
28. Виды наружной рекламы и их основные черты.
29. Виды и особенности печатной рекламы.
30. История развития и суть вэбдизайна.
31. Принципы применения модульных сеток для web-сайта.
32. Основные тенденции современного дизайна вэб сайтов.
33. Эргономика в дизайне вэб страниц.

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность проводить предпроектные дизайнерские исследования (ПК-1);
- способность разрабатывать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации (ПК-2);
- способность выполнять концептуальную и художественно-техническую разработку дизайн-проектов систем визуальной информации, идентификации и коммуникации (ПК-3);
- способность разрабатывать и согласовывать с режиссером и моделлером концепт-арты отдельных объектов анимационного кино (ПК-4);
- способность разрабатывать общую визуальную стилистику проекта и осуществлять контроль ее реализации в процессе создания анимационного кино (ПК-5).

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ПК-1) Собирает, изучает, анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-1) основы теории и методологии проектирования; РО-2 ИД-1 (ПК-1) способы формирования информационной базы и решения аналитических задач
	Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-1) собирать необходимую информацию, переработать и предоставить в требуемой форме
ИД-1 (ПК-2) Обсуждает с заказчиком вопросы, связанные с подготовкой проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласовывает и утверждает проектное задание	Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-2) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта; РО-2 ИД-1 (ПК-2) порядок согласования проекта и проектной документации
	Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-2) разрабатывать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; РО-4 ИД-1 (ПК-2) анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта

<p>ИД-2 (ПК-2) Составляет проектное задание на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации по типовой форме</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-2) специфику и структуру проектного задания;</p> <p>Умеет: РО-2 ИД-2 (ПК-2) работать с проектной документацией;</p>
<p>ИД-1 (ПК-3) Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации; выполняет художественные форэскизы, подготовительные рисунки</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-3) методики разработки локального авторского медиапроекта;</p> <p>Умеет: РО-2 ИД-1 (ПК-3) решать основные типы художественно-технических задач; РО-3 ИД-1 (ПК-3) анализировать и определять графические техники для визуализации авторской концепции;</p>
<p>ИД-2 (ПК-3) Готовит графические материалы по системе визуальной информации, идентификации и коммуникации для передачи в производство, создаёт макеты, физические модели, эталонные образцы изделий на основе знания основ промышленного производства, для последующего внедрения</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-3) современные способы и технологии концептуальной и художественно-технической разработки дизайн-проекта; РО-2 ИД-2 (ПК-3) основы производства систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; особенности элементной среды медиаиндустрии</p> <p>Умеет: РО-3 ИД-2 (ПК-3) грамотно производить выбор инструментов для разработки объектов медиадизайна с учётом эргономики в проектировании; РО-4 ИД-2 (ПК-3) проектировать единичные и промышленные изделия и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>
<p>ИД-1 (ПК-4) Осуществляет подбор вспомогательных изображений (референсов) на визуальный ряд в соответствии с художественными требованиями проекта, на их основе разрабатывает предварительные эскизы предметов, объектов окружения и реквизита анимационного кино и компьютерной графики в соответствии с художественным замыслом творческой группы</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-4) основные принципы современной режиссуры и монтажа; РО-2 ИД-1 (ПК-4) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта концепт-арта отдельных объектов анимационного кино</p> <p>Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-4) видеть и ставить творческую задачу, предполагающую самостоятельный поиск решения взаимосвязанного ряда задач на основе анализа условий и мобилизации имеющихся знаний; РО-4 ИД-1 (ПК-4) выносить на согласование с режиссером и моделлером концепт-арты отдельных объектов анимационного кино; РО-5 ИД-1 (ПК-4) следовать общей визуальной концепции проекта</p>
<p>ИД-1 (ПК-5) Разрабатывает общую визуальную стилистику проекта, дизайн-макет в целом и макеты элементов и объектов дизайна в медиа индустрии</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-5) типовые формы проектных заданий на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; РО-2 ИД-1 (ПК-5) технологию создания интерактивной анимации; РО-3 ИД-1 (ПК-5) современные методы и технологии работы, используемые при реализации проектов медиа индустрии</p> <p>Умеет: РО-4 ИД-1 (ПК-5) использовать мультимедийные возможности программ для создания интерактивной ани-</p>

	<p>мации; РО-5 ИД-1 (ПК-5) проводить презентации дизайн-проектов;</p>
<p>ИД-2 (ПК-5) Осуществляет контроль финальной отрисовки объектов анимационного кино по утвержденному концепту в заданной стилистике и в соответствии с проектными требованиями</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-5) технологию обработки видеoinформации.</p>
	<p>Умеет: РО-2 ИД-2 (ПК-5) формировать этапы и устанавливать сроки создания объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; РО-3 ИД-2 (ПК-5) создавать и управлять медиа проектом с учётом технологий коммуникативного дизайна</p>

6.2. Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения обучающимся, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Примерный перечень тем для проектных заданий

1. Эскизный проект новогодней открытки.
2. Эскизный проект экслибриса.
3. Формальная композиция с применением фактур и текстур.
4. Формальная композиция в стиле модерн. Упражнение «Афиша».
5. Графическое оживление. Упражнение «Африка».
6. Графическое оживление. Упражнение «Россия».
7. Анимационный ролик (3-5 сек) «Черный квадрат».
8. Эскизный проект интерфейса игрового приложения.
9. Эскизный проект сценарного замысла игрового приложения.
10. Визуализация среды (локации) игрового приложения.
11. Визуализация сценариев и действующих лиц (персонажей) игрового приложения.
12. Анимация элементов игрового интерфейса.
13. Интерактивная анимация элементов игрового интерфейса.
14. Анимационный демо-ролик - презентация игры (игрового приложения).
15. Дизайн-проект мультимедиа экспозиции к юбилейной дате в реальном выставочном пространстве.
16. Дизайн-проект тематического виртуального проекта и его продвижение в соцсетях.
17. Дизайн-проект по мультимедиа продвижению массового праздника или культурно-развлекательного мероприятия.
18. Дизайн-проект и комплексное мультимедиа сопровождение коммерческого бренда товара (услуги) для молодежной аудитории.
19. Дизайн-проект и комплексное мультимедиа сопровождение социального проекта или волонтерского движения для молодежной аудитории.
20. Дизайн-проект и комплексное мультимедиа сопровождение культурно развлекательного проекта или мероприятия для молодежной аудитории.

Примерные тестовые материалы для контроля знаний

1. Суть метода анимации заключается в задании состояния кинематической цепи скелета только в двух граничных кадрах движения
 - а) Метод анимации по ключевым кадрам

- b) Процедурная анимация
- c) Метод обратной кинематики
- d) Пошаговая анимация

2. Суть метода анимации заключается в расчёте по известному положению звена набора обобщенных координат

- a) Метод анимации по ключевым кадрам
- b) Процедурная анимация
- c) Метод обратной кинематики
- d) Пошаговая анимация

3. Суть метода анимации заключается в расчёте текущих значений параметров анимации, основываясь на начальных значениях, заданных пользователем, и на математических выражениях, описывающих изменение параметров во времени

- a) Метод анимации по ключевым кадрам
- b) Процедурная анимация
- c) Метод обратной кинематики
- d) Пошаговая анимация

4. Этот метод анимации включает в себя наложение движений реальных актеров на модели виртуальных персонажей

- a) Метод анимации по ключевым кадрам
- b) Процедурная анимация
- c) Захват движения
- d) Пошаговая анимация

5. Суть метода анимации заключается в генерации движения на основе высокоуровневой модели описания движения

- a) Метод анимации по ключевым кадрам
- b) Процедурная анимация
- c) Синтез движения
- d) Пошаговая анимация

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Промежуточная аттестация предусматривает:

- просмотр и обсуждение каждого самостоятельного задания преподавателем;
- выставка – просмотр, анализ и обсуждение самостоятельных заданий.

Аттестация проходит по окончании семестра в виде коллегиального просмотра, во время которого обучающиеся выставляют учебные и творческие работы, выполненные в запланированном объёме учебных часов. До просмотра допускаются обучающиеся, не имеющие задолженностей по практической части курса (полностью выполнен объем практических работ).

Перечень оценочных средств во взаимосвязи с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код и формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<p>ИД-1 (ПК-1) Собирает, изучает, анализирует информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-1) основы теории и методологии проектирования; РО-2 ИД-1 (ПК-1) способы формирования информационной базы и решения аналитических задач;</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое эскиз и обоснование о его необходимости? 2. Что такое конфигурация? 3. Какая форма по степени открытости делится на три вида: закрытая, полукрытая, открытая? 4. От чего не зависит степень визуальной массивности? 5. Как называется передача на поверхности признаков внутреннего строения материала? 6. Какие цвета нельзя получить при помощи механического смешивания красок? 7. Какие цвета расположены в цветовом круге напротив друг друга и при смешении дают серый тон? 8. Какими являются основными цветами модели RGB? 9. Какими являются основными цветами модели CMYK? 10. Какая из пропорций соответствует золотому сечению? 11. Какой масштаб выражает соразмерность в зрительном соотношении формы объектов пространству и человеку? 12. К какому варианту относится проект, выполненный на планшете? 13. Что относится к первичным средствам композиции в проектировании (по Е. Щедрину)? 14. Как называется процесс создания объемных изображений? 15. Какой материал для создания макетов наиболее пригоден в учебном проектировании? 16. К какому варианту относится проект, выполненный в макете? 17. Какой метод формообразования предполагает соединение отдельных частей целого в единую композицию? 18. Какой способ формообразования влияет на изменение объемной формы? 19. Какое отличительное качество «фризовой композиции»? 20. Каким образом можно передать «фризовость» в построении пространства? 21. Какой вид совмещения пространств используется в древнеегипетском силуэте? 22. С какой целью эффект интерпозиции используется в проектировании?
	<p>Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-1) собирать необходимую</p>	<p>Тест: 1. Эскиз — ... а) рисунок художника;</p>

	<p>информацию, переработать и предоставить в требуемой форме;</p>	<p>б) художественное воплощение замыслов дизайнера рекламы; в) зарисовка будущего изделия; г) воплощение рисунка в готовое изделие.</p> <p>2. Нетоварная реклама пропагандирует... а) какие-либо идеи и цели; б) конкретный товар; в) нематериальную продукцию; г) какое-либо предприятие, фирму.</p> <p>3. Наиболее эффективным видом напоминающей рекламы считается: а) раздача листовок; напоминание о себе через СМИ; б) скрытая реклама в виде статей о деятельности предприятия и его услугах, участие в специализированных отраслевых выставках; в) периодическое напоминание о предприятии по телевидению; г) раздача листовок, буклетов; участие в специализированных выставках.</p> <p>4. Селективная реклама - ... а) предназначена для различных групп потребителей; б) не предназначена для потребителей; в) четко адресованная определенной группе потребителей; г) предназначена только для предприятий.</p> <p>5. Телефонный маркетинг (call-центры) —... а) использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям; б) использование телефонной линии для рекламы товара; в) использование телефонов как средства рекламы; г) рассылка SMS – сообщений с целью информирования клиента.</p> <p>6. Скрытая реклама – ... а) размещение торговой марки, товара или упоминания о нем в продуктах индустрии развлечений; б) размещение рекламы на продукции другой компании; в) размещение рекламы на рекламных щитах; г) упоминание о товаре или предприятии в газетах и журналах.</p> <p>7. С точки зрения дизайна рекламы наиболее универсальными и полными являются следующие принципы: а) композиция взаимосвязана, четко выражен один элемент, яркий фон, цельная надпись; б) пространство заполнено, яркая привлекающая внимание картинка, цельная четкая надпись; в) пространство заполнено, есть смысловой центр и заголовок; г) конструкция уравновешенна, направленность выражена, единство элементов, одна часть или элемент должны доминировать.</p>
--	-------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>8. Допустимые гармоничные сочетания, определяются по цветовому кругу Гете...</p> <ul style="list-style-type: none">а) по прямому углу;б) по углам треугольника;в) по прямой;г) по косой. <p>9. Все типографские шрифты делятся по назначению на...</p> <ul style="list-style-type: none">а) текстовые, титульные и акцидентные;б) заглавные, титульные, текстовые;в) заглавные, титульные, акцидентные;г) титульные, текстовые. <p>10. Фирменный знак - ...</p> <ul style="list-style-type: none">а) отличительная особенность логотипа;б) полный комплект фирменных элементов;в) совокупность специально разработанного уникального графического изображения и логотипа;г) совокупность цветовой гаммы и логотипа. <p>11. Цель рекламы — ...</p> <ul style="list-style-type: none">а) убедить потребителя купить товар;б) заинтересовать потребителя;в) зарекомендовать себя на рынке продукции;г) заинтриговать потребителя. <p>12. Реклама потребностей – это...</p> <ul style="list-style-type: none">а) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и ее потребностях в чем-либо;б) информирование потребителей о товаре;в) реклама товара для определенной группы потребителей;г) выявление среди потребителей потребности в данном товаре <p>13. По способу воздействия на целевую аудиторию различают...</p> <ul style="list-style-type: none">а) информативную и потребительскую;б) визуальную и эмоциональную;в) рациональную и эмоциональную;г) телевизионную и радиорекламу. <p>14. Массовая реклама...</p> <ul style="list-style-type: none">а) направлена на широкие круги реальных и потенциальных потребителей;б) направлена на определенную массу людей;в) направлена на привлечение потенциальных потребителей;г) направлена на определенную группу людей. <p>15. Телевизионный маркетинг - ...</p> <ul style="list-style-type: none">а) реклама на телевидении;б) исследование телепрограмм с целью выявления наиболее рейтинговых;в) использование специальных телевизионных каналов, предназначенных только для передачи коммерческой и рекламной информации;г) использование телевидения как средства рекламы. <p>16. Растровая графика -...</p> <ul style="list-style-type: none">а) представление изображения в виде простых фигур;б) представление изображения в компьютере в
--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>виде математических формул; в) представление изображения в компьютере в виде множества точек; г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.</p> <p>17. Чем сильнее естественный свет... а) тем ярче и звонче любой цвет; б) любой цвет приобретает голубоватый оттенок; в) все цвета выглядят естественнее; г) все цвета желтеют.</p> <p>18. Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются... а) под углом 90 градусов; б) по равнобедренному треугольнику; в) по прямой; г) под острым углом.</p> <p>19. Текстовые шрифты - предназначенные для... а) печатания основного текста книг, журналов и газет; б) печатания заголовков и названия статей в книгах, газетах, журналах; в) печатания заметок и объявлений в газетах и журналах; г) работы над документами.</p> <p>20. Фирменный блок представляет собой... а) полное собрание элементов фирменного стиля; б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака; в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля; г) сочетание фирменного знака и слогана.</p>
<p>ИД-1 (ПК-2). Обсуждает с заказчиком вопросы, связанные с подготовкой проектного задания на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации, согласовывает и утверждает проектное задание</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-2) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта; РО-2 ИД-1 (ПК-2) порядок согласования проекта и проектной документации</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какой вид перспективы предполагает увеличение линейных размеров по мере удаления? 2. Как в дизайне называют прием коллажевой склейки частей пространства и форм предметов в одном изображении? 3. Какая форма воспринимается с разных точек зрения при движении зрителя вокруг этой формы? 4. На формирование пространства на что влияют в проектировании? 5. Какой вид проектного решения характеризуется восприятием изнутри? 6. Какой вид может иметь объемно-пространственная композиция? 7. В чем проявляется бинокулярное зрение человека, важного для восприятия и построения глубинно-пространственной композиции? 8. Каким инструментом осуществляется проведение линий в проекте? 9. Какая техника позволяет выполнять комбинированные виды изображения? 10. В чем основное преимущество рукотворного проекта в отличие от компьютерного проекта? 11. Что такое компьютерная графика?

		<p>12. Что помогает упорядочить объекты на иллюстрации?</p> <p>13. Какие задачи решаются дизайнером при использовании им редакторов растровой графики?</p> <p>14. Какая информация запоминается в растровом файле?</p>
	<p>Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-2) разрабатывать и согласовывать с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; РО-4 ИД-1 (ПК-2) анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта</p>	<p>Тест:</p> <p>1. «Проектирование» - это:</p> <p>а) тип деятельности, направленный на создание объектов дизайна с заданными свойствами с учетом определенных условий</p> <p>б) процесс создания проектно- конструкторской документации</p> <p>с) в процесс создания технологической документации</p> <p>д) воплощение идей в материал</p> <p>2. Проект в дизайне – это:</p> <p>а) текстовое описание концепции</p> <p>б) натурное изображение</p> <p>в) комплект поисковых эскизов по спецзаданию</p> <p>с) предложение дизайнера, изложенное с помощью графических средств</p> <p>3. Проектная графика - это:</p> <p>а) сфера компьютерного дизайна</p> <p>б) область дизайна, изучающая вопросы видов проектного изображения</p> <p>с) раздел машиностроительного черчения</p> <p>д) направление современного дизайна</p> <p>4. Какой вид проектирования выполняет утилитарно-практические нужды проектирование объекта?</p> <p>а) художественно-образное</p> <p>б) морфологическое</p> <p>с) технологическое</p> <p>д) функциональное</p> <p>5. Какой вид проектирования отвечает требования технической безопасности?</p> <p>а) технологическое</p> <p>б) художественно-образное</p> <p>с) функциональное</p> <p>д) техническое</p> <p>6. К какому виду проектной графики относятся чертежи?</p> <p>а) к одноцветному (свето-теневому) изображению</p> <p>б) к многоцветному изображению</p> <p>с) все варианты правильные</p> <p>д) к линейной графике</p> <p>7. В каком случае применяется линейная графика, как вид проектной графики?</p> <p>а) когда важна лишь техническая и геометрическая информации</p> <p>б) когда необходимо передать объемную форму</p> <p>с) когда необходимо создать иллюзию пространства</p> <p>д) во всех перечисленных случаях</p>

		<p>8. Какой вид проектной графики наиболее условен? а) линейная графика б) одноцветное (свето-теневое) изображение с) многоцветное изображение д) нет правильного варианта ответа</p> <p>9. К основным типам проектно-графических изображений не относятся: а) наброски б) макеты с) эскизы д) чертежи общего вида</p> <p>10. Как в архитектурном проектировании называются чертежи и линейные, выполненные «от руки»? а) кроки б) наброски с) эскизы д) технические рисунки</p> <p>11. В каком виде набросков основным изобразительным средством является линия? а) в контурных набросках б) в контурно-тональных набросках с) в живописно-тональных набросках д) нет правильного варианта ответа</p> <p>12. Какое изображение содержит более полную информацию о проектируемом объекте и представляет определенную стадию проектного поиска в более законченном виде? а) поисковый эскиз б) чистовой эскиз с) кроки д) зарисовки</p> <p>13. В каких изображениях проектировщик прибегает к методам перспективных построений? а) в кроках б) в чертежах общего вида с) в технических рисунках д) все ответы правильные</p>
<p>ИД-2 (ПК-2). Составляет проектное задание на создание объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации по типовой форме</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-2) специфику и структуру проектного задания;</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что означает «формат графического файла»? 2. Чем отличается трёхмерное изображение от плоского? 3. Что такое «Проектирование»? 4. Какой вид проектирования выполняет утилитарно-практические нужды проектирования объекта? 5. Какой вид проектирования отвечает за требования технической безопасности? 6. К какому виду проектной графики относятся чертежи? 7. В каком случае применяется линейная графика, как вид проектной графики? 8. Какой вид проектной графики наиболее условен?

		<p>9. На каком этапе проектирования происходит сбор и анализ информации по разрабатываемому объекту?</p> <p>10. На каком этапе проектирования выбранный вариант эскизного предположения прорабатывается в техническом, конструкторском, функциональном, пространственном, эстетическом отношении?</p> <p>11. Как называется документ для разработки (конструирования) изделия и технической документации?</p> <p>12. Как называется проектная конструкторская документация, содержащая техническое и технико-экономическое обоснования целесообразности разработки изделия?</p> <p>13.</p>
	<p>Умеет: РО-4 ИД-2 (ПК-2) работать с проектной документацией;</p>	<p>1. Как называется метод активизации творческого мышления, когда на решении задачи отводится минимум времени и принимаются во внимания вне предложенные решения?</p> <p>а) интервью б) матрица взаимодействия с) морфологические карты д) мозговая атака</p> <p>2. Метод для исследования законов передвижения людей, отражающий это передвижение в виде графика-схемы взаимосвязей между элементами в рамках проектной проблемы называется:</p> <p>а) морфологические карты б) матрица взаимодействия с) сеть взаимодействий д) трансформация системы</p> <p>3. Как называются требования, учитывающие потребность соответствия окружающей среды (объектов, пространства) общественным потребностям, необходимому уровню потребительской ценности?</p> <p>а) эргономические б) социальные с) утилитарно-функциональные д) эргономические</p> <p>4. Какие требования обуславливают соответствие изделий зрительным, слуховым и другим возможностям человека, условиям визуального комфорта и ориентирования в предметной среде?</p> <p>а) физиологические б) психофизиологические требования с) психологические требования д) гигиенические требования</p> <p>5. Как называется комплекс взаимосвязанных антропометрических, физиологических, психофизиологических, психологических, социально-психологических и гигиенических требований, направленных на обеспечение оптимальных условий труда и отдыха человека и</p>

		<p>сохранение его здоровья?</p> <p>а) эргономические б) психофизиологические требования с) психологические требования д) гигиенические</p> <p>6. Как называется соответствие структуры, формы, размеров изделия и его элементов структуре, форме, размерам и массе человеческого тела, соответствие характера форм изделия анатомической пластике человеческого тела?</p> <p>а) эргономические требования б) психофизиологические требования с) психологические требования д) антропометрические требования</p> <p>7. Какие требования призваны обеспечить соответствие изделий физиологическим свойствам человека, его силовым, скоростным, биомеханическим и энергетическим возможностям?</p> <p>а) физиологические требования б) психофизиологические требования с) психологические требования д) гигиенические требования</p>
<p>ИД-1 (ПК-3) Определяет композиционные приемы и стилистические особенности проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации; выполняет художественные форэскизы, подготовительные рисунки</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-3) методики разработки локального авторского медиапроекта</p> <p>Умеет: РО-2 ИД-1 (ПК-3) решать основные типы художественно-технических задач; РО-3 ИД-1 (ПК-3) анализировать и определять графические техники для визуализации авторской концепции</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> Какова методика игрового проектирования? Какие активные и интерактивные формы обучения существуют? Что входит в системный дизайн? Контент-дизайн. Дизайн уровней. Дизайн мира (пространства, локации). Структура упаковки. Расчет размеров. Композиция нестандартных форм. Основные требования к упаковке. Рекламные функции упаковки. Как называется набор графических, цветовых, словесных, дизайнерских, типографических постоянных элементов (или констант), которые обеспечивают визуальное и смысловое единство товаров или услуг, всей информации, исходящей от фирмы, а также ее внешнего и внутреннего оформления? <p>Тест:</p> <p>1. Первое рекламное агентство «с полным обслуживанием» было основано...</p> <p>а) Волни Палмером в 1841 году; б) Генри Полом в 1893 году; в) Джеймсом Рескиным в 1902 году; г) Джорджем Баттенотом в Нью-Йорке в 1891 году.</p> <p>1. Убеждающая реклама –...</p> <p>а) пробудить интерес, вызвать доверие, разбудить желание и часто заставить приобрести рекламируемый товар; б) агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар, и рассчитана на краткосрочную перспективу; в) наиболее агрессивный вид рекламы, в основе</p>

		<p>которой лежит последовательное убеждение потенциальных клиентов в преимуществах рекламируемых товаров;</p> <p>г) предназначена для поддержания осведомленности клиентов о существовании предприятия, его услуг на рынке и их характеристиках.</p> <p>2. По характеру воздействия на аудиторию выделяют...</p> <p>а) добрую и агрессивную рекламу;</p> <p>б) жесткую и мягкую рекламу;</p> <p>в) строгую и лояльную рекламу;</p> <p>г) деловую и любительскую рекламу.</p> <p>3. Деловая реклама обычно размещается...</p> <p>а) в специализированных публикациях;</p> <p>б) в газетах и журналах;</p> <p>в) на досках объявлений;</p> <p>г) везде.</p> <p>4. Визуальные коммуникации – ...</p> <p>а) комплекс указателей (вывесок, табличек и т. п.), обеспечивающих необходимой информацией помогающих потребителю ориентироваться;</p> <p>б) телевизионные рекламные ролики;</p> <p>в) указатели цены и качества, помогающие потребителю при покупке товара;</p> <p>г) телевизионные и радио ролики.</p> <p>5. Векторный способ кодирования изображения...</p> <p>а) представление изображения в виде простых геометрических фигур;</p> <p>б) представление изображения в компьютере в виде физических формул;</p> <p>в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;</p> <p>г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.</p> <p>6. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...</p> <p>а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;</p> <p>б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;</p> <p>в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;</p> <p>г) все предметы остаются прежними.</p> <p>7. Шрифт - ...</p> <p>а) комплект наборных литер, служащая техническим средством воспроизведения речи на каком-либо языке;</p> <p>б) совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми;</p> <p>в) различные знаки и цифры, иероглифы, используемые в общении людей;</p> <p>г) текстовые символы.</p> <p>9. Главная задача первого абзаца рекламного текста — ...</p> <p>а) промежуточная, связать заголовок и иллюстрацию с тем, что будет изложено далее в основном</p>
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>тексте;</p> <p>б) рассказать о недостатках и достоинствах товара;</p> <p>в) оповестить людей о товаре;</p> <p>г) пробудить доверие к самому продукту, а также и к тому, что о нем говорится в рекламе.</p> <p>10. Основные типы логотипов - ...</p> <p>а) иллюстрирующие, текстовые, рисунковые;</p> <p>б) иллюстративные, графические, текстовые;</p> <p>в) фирменные и текстовые;</p> <p>г) графические и иллюстрирующие.</p>
<p>ИД-2 (ПК-3) Готовит графические материалы по системе визуальной информации, идентификации и коммуникации для передачи в производство, создаёт макеты, физические модели, эталонные образцы изделий на основе знания основ промышленного производства, для последующего внедрения</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-3) современные способы и технологии концептуальной и художественно-технической разработки дизайн-проекта; РО-2 ИД-2 (ПК-3) основы производства систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; особенности элементной среды медиаиндустрии;</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информация о товаре, производителе и законодательство о рекламе. 2. Претестинг упаковки. 3. Формат и композиция плаката. 4. Поиск темы плаката в рамках предложенной тематики. 5. Эскизы с поиском темы, композиции, цветового решения. 6. Цифровые технологии графического дизайна на примере одностраничного документа. 7. Программы для графического дизайна. 8. Сравнение параметров. 9. Выбор варианта эскиза для дальнейшей разработки. 10. Значение унификации в создании средств визуальной коммуникации. 11. В чём заключается принцип кодирования зрительной информации? 12. Перечислите категории кодов зрительной информации. 13. В чём заключается модульный способ отображения визуальной информации? 14. Перечислите требования к проектированию знаков и знаковых систем
	<p>Умеет: РО-3 ИД-2 (ПК-3) грамотно производить выбор инструментов для разработки объектов медиадизайна с учётом эргономики в проектировании; РО-4 ИД-2 (ПК-3) проектировать единичные и промышленные изделия и системы визуальной информации, идентификации и коммуникации;</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Целью престижной рекламы, является... <ol style="list-style-type: none"> а) создание среди общественности привлекательного имиджа компании, который вызывал бы доверие к самому предприятию и всем предлагаемым им услугам. б) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и ее потребностях в чем-либо; в) информирование потребителей о товаре; г) реклама товара для определенной группы потребителей; 2. Напоминающая реклама - ... <ol style="list-style-type: none"> а) информирует, обращается к разуму потенциального клиента, приводит доводы для его убеждения; б) разъясняет, заставляет задуматься о смысле покупки потенциального покупателя; в) поддерживает энания клиентов о существовании предприятия, его услугах и их характеристиках. г) рассказывает покупателю о достоинствах и недостатках данного продукта.

		<p>3. Жесткая реклама представляет собой...</p> <p>а) пробудить интерес, вызвать доверие, разбудить желание и часто заставить приобрести рекламируемый товар;</p> <p>б) агрессивный нажим на покупателя с целью заставить его купить рекламируемый товар, и рассчитана на краткосрочную перспективу;</p> <p>в) наиболее агрессивный вид рекламы, в основе которой лежит последовательное убеждение потенциальных клиентов в преимуществах рекламируемых товаров и услуг;</p> <p>г) предназначена для поддержания осведомленности клиентов о существовании предприятия, его услуг на рынке и их характеристиках.</p> <p>4. В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы:</p> <p>а) визуальная, слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная;</p> <p>б) аудиальная, визуальная, слуховая;</p> <p>в) слуховая, визуальная, аудиальная;</p> <p>г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.</p> <p>15. Связи с общественностью – ...</p> <p>а) управление имиджем и репутацией компании;</p> <p>б) формирование, поддержание и изменение общественного мнения в нужную для компании сторону;</p> <p>в) связи со СМИ;</p> <p>г) создание фирменного стиля компании.</p> <p>16. Векторное изображение может быть преобразовано в любой размер и качество его при этом...</p> <p>а) не изменится;</p> <p>б) ухудшится;</p> <p>в) улучшится;</p> <p>г) не сильно, но изменится.</p> <p>17. Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете...</p> <p>а) под углом 90 градусов;</p> <p>б) по равнобедренному треугольнику;</p> <p>в) под острым углом.</p> <p>г) лежащие напротив</p> <p>18. Шрифт - ...</p> <p>а) рисунок букв, цифр и знаков;</p> <p>б) совокупность различных начертаний служащих средством общения между людьми;</p> <p>в) различные знаки и цифры, иероглифы, используемые в общении людей;</p> <p>г) текстовые символы.</p> <p>19. В центральные абзацы рекламного текста рекламист должен...</p> <p>а) пробудить доверие к самому продукту, а также и к тому, что о нем говорится в рекламе;</p> <p>б) связать заголовок и иллюстрацию в единое целое;</p> <p>в) заинтересовать, заинтриговать потребителя товаром;</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>г) привлечь внимание потребителя.</p> <p>20. Логотип - ...</p> <p>а) изображение корпоративного героя компании;</p> <p>б) цветное изображение фирменного знака компании;</p> <p>в) оригинальное шрифтовое начертание полного или сокращенного наименования фирмы или группы ее товаров;</p> <p>г) определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности.</p>
<p>ИД-1 (ПК-4). Осуществляет подбор вспомогательных изображений (референсов) на визуальный ряд в соответствии с художественными требованиями проекта, на их основе разрабатывает предварительные эскизы предметов, объектов окружения и реквизита анимационного кино и компьютерной графики в соответствии с художественным замыслом творческой группы</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-4) основные принципы современной режиссуры и монтажа; РО-2 ИД-1 (ПК-4) методы изобразительного языка для передачи творческого художественного замысла проекта концепт-арта отдельных объектов анимационного кино</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое визуальная коммуникация? 2. Что изучает наука семиотика? 3. Что изучает наука палеология? 4. Что такое лингвистика, частью какой области науки она является? 5. Что понимать под термином «язык» в системе коммуникаций? 6. Какие виды письменности существуют? 7. Какие виды знаков и знаковых систем являются средствами визуальной коммуникации? 8. В чём отличие знака от символа? 9. Какой объём информации воспринимается человеком через орган зрения? 10. Какая наука изучает психологию зрительного восприятия?
	<p>Умеет: РО-3 ИД-1 (ПК-4) видеть и ставить творческую задачу, предполагающую самостоятельный поиск решения взаимосвязанного ряда задач на основе анализа условий и мобилизации имеющихся знаний; РО-4 ИД-1 (ПК-4) выносить на согласование с режиссером и моделлером концепт-арты отдельных объектов анимационного кино; РО-55 ИД-1 (ПК-4) Следовать общей визуальной концепции проекта</p>	<p>Тест:</p> <p>1. Реклама потребностей – это...</p> <p>а) информирование деловых партнеров о существовании фирмы и ее потребностях в чем-либо;</p> <p>б) информирование потребителей о товаре;</p> <p>в) реклама товара для определенной группы потребителей;</p> <p>г) выявление среди потребителей потребности в данном товаре</p> <p>2. Потребительская реклама – ...</p> <p>а) направлена на широкие круги реальных и потенциальных потребителей;</p> <p>б) направлена на определенную массу людей;</p> <p>в) направлена на привлечение потенциальных потребителей;</p> <p>г) направлена на определенную группу людей.</p> <p>3. Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются...</p> <p>а) под углом 90 градусов;</p> <p>б) по равнобедренному треугольнику;</p> <p>в) по прямой;</p> <p>г) под острым углом.</p> <p>4. Телефонный маркетинг (call-центры) –...</p> <p>а) использование телефона для непосредственной продажи товара потребителям;</p> <p>б) использование телефонной линии для рекламы товара;</p> <p>в) использование телефонов как средства рекламы;</p> <p>г) рассылка SMS – сообщений с целью информи-</p>

		<p>рования клиента.</p> <p>5. Векторный способ кодирования изображения...</p> <p>а) представление изображения в виде простых геометрических фигур;</p> <p>б) представление изображения в компьютере в виде физических формул;</p> <p>в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;</p> <p>г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.</p> <p>6. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...</p> <p>а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;</p> <p>б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;</p> <p>в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;</p> <p>г) все предметы остаются прежними.</p> <p>7. В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы:</p> <p>а) визуальная, слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная;</p> <p>б) аудиальная, визуальная, слуховая;</p> <p>в) слуховая, визуальная, аудиальная;</p> <p>г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.</p> <p>8. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния...</p> <p>а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;</p> <p>б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;</p> <p>в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;</p> <p>г) все предметы остаются прежними.</p> <p>9. Логотип - ...</p> <p>а) изображение корпоративного героя компании;</p> <p>б) определенный персонаж или образ, закрепленный за фирмой, и олицетворяющий дух ее деятельности.</p> <p>в) оригинальное шрифтовое начертание полного или сокращенного наименования фирмы или группы ее товаров;</p> <p>г) цветное изображение фирменного знака компании;</p>
<p>ИД-1 (ПК-5) Разрабатывает общую визуальную стилистику проекта, дизайн-макет в целом и макеты элементов и объектов дизайна в медиа индустрии</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-1 (ПК-5) Типовые формы проектных заданий на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; РО-2 ИД-1 (ПК-5) технологию создания</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите базовые геометрические символы, которые являются основными элементами проектирования системы визуальной коммуникации? 2. Перечислите и опишите основные виды коммуникаций. 3. Перечислите и опишите процессуальные типы коммуникаций. 4. Перечислите и опишите результаты процессов визуальных коммуникаций. 5. Что такое визуальная коммуникация в общей

	<p>интерактивной анимации;</p> <p>РО-3 ИД-1 (ПК-5) современные методы и технологии работы, используемые при реализации проектов медиа индустрии</p>	<p>структуре коммуникаций?</p> <p>6.Опишите основные этапы проектирования средств визуальной коммуникации?</p> <p>7. Основные виды знаков визуальных коммуникаций?</p> <p>8. Что такое композиция, и какие виды композиции существуют?</p> <p>9. Что такое объект моделирования?</p> <p>10. Перечислите и опишите основные виды коммуникативных связей в проектировании средств визуальной коммуникации.</p> <p>11. Какие системы организации проектирования средств визуальной коммуникации существуют?</p> <p>12. Опишите принципиальную схему творческого процесса в проектировании визуальных коммуникаций?</p> <p>13. Какие аспекты семиотики применимы в проектировании визуальных коммуникаций?</p> <p>14. Опишите общие свойства содержательно-смысловой составляющей вербальных и графических (невербальных) коммуникаций.</p>
	<p>Умеет:</p> <p>РО-4 ИД-1 (ПК-5) использовать мультимедийные возможности программ для создания интерактивной анимации;</p> <p>РО-5 ИД-1 (ПК-5) проводить презентации дизайн-проектов</p>	<p>1.Скрытая реклама –...</p> <p>а) предназначенная для определенного людей определенной профессии, вида деятельности;</p> <p>б) предназначенная для узкого круга людей;</p> <p>в) размещённая под видом информационного, редакционного или авторского материала;</p> <p>г) размещаемая в закрытых помещениях.</p> <p>2.Девиз компании, – это...</p> <p>а) слоган компании;</p> <p>б) используемый в рекламе в качестве краткой, легко запоминающейся фразы, передающей принципы и/или стратегию компании;</p> <p>в) фраза в стихотворной форме для компании;</p> <p>г) текст, отражающий смысл рекламной компании.</p> <p>3. Пресс-релиз – это...</p> <p>а) пресса, размещающая рекламу;</p> <p>б) СМИ использующие в своей деятельности рекламируемую продукцию;</p> <p>в) информация для общего пользования о компании;</p> <p>г) информационный бюллетень, для СМИ, из которых можно получить интересующую информацию.</p> <p>4. Рекламная кампания – это...</p> <p>а) комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых в соответствии с единой целью и концепцией;</p> <p>б) любое рекламное мероприятие;</p> <p>в) реклама определенной компании;</p> <p>г) меры по развитию компании.</p> <p>5. Растровая графика -...</p> <p>а) представление изображения в виде простых фигур;</p>

		<p>б) представление изображения в компьютере в виде математических формул; в) представление изображения в компьютере в виде множества точек; г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.</p> <p>6.В зависимости от способа воздействия выделяют следующие виды рекламы: а) визуальная, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная; б) аудиальная, визуальная, слуховая; в) слуховая, визуальная, аудиальная; г) слуховая, аудиовизуальная, зрительно-обонятельная.</p> <p>7.Виды рекламы... а) коммерческая, социальная, политическая; б) торговая, рыночная, социальная; в) политическая, предпринимательская, целевая; г) коммерческая, потребительская, социальная.</p> <p>8.Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете... а) под углом 90 градусов; б) по равнобедренному треугольнику; в) под острым углом. г) лежащие напротив</p> <p>9.Текстовые шрифты - предназначенные для... а) печатания основного текста книг, журналов и газет; б) печатания заголовков и названия статей в книгах, газетах, журналах; в) печатания заметок и объявлений в газетах и журналах; г) работы над документами.</p> <p>10.Фирменный блок представляет собой... а) полное собрание элементов фирменного стиля; б) сочетание фирменной цветовой гаммы, слогана, фирменного знака; в) часто употребляемое сочетание нескольких элементов фирменного стиля; г) сочетание фирменного знака и слогана.</p>
<p>ИД-2 (ПК-5) Осуществляет контроль финальной отрисовки объектов анимационного кино по утвержденному концепту в заданной стилистике и в соответствии с проектными требованиями</p>	<p>Знает: РО-1 ИД-2 (ПК-5) технологии обработки видеoinформации</p>	<p>Список вопросов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Как в архитектурном проектировании называются чертежи и линейные, выполненные «от руки»? 2. В каком виде набросков основным изобразительным средством является линия? 3. Какое изображение содержит более полную информацию о проектируемом объекте и представляет определенную стадию проектного поиска в более законченном виде? 4. Как называется метод активизации творческого мышления, когда на решении задачи отводится минимум времени и принимаются во внимания вне предложенные решения? 5. Как называются требования, учитывающие потребность соответствия окружающей среды (объектов, пространства) общественным по-

		<p>требностям, необходимому уровню потребительской ценности?</p> <p>6. Какие требования обуславливают соответствие изделий зрительным, слуховым и другим возможностям человека, условиям визуального комфорта и ориентирования в предметной среде?</p> <p>7. Как называется прием творческого воображения, когда образ создается по средству соединения несоединяемых в реальности качеств, свойств, частей предметов?</p> <p>8. Как называется прием творческого воображения, когда образ создается по средству увеличения или уменьшения объекта и его частей?</p> <p>9. К какому виду дизайна относится проектирование фирменного стиля?</p> <p>10. К какому виду дизайна относится проектирование интерьера?</p>
	<p>Умеет: РО-2 ИД-2 (ПК-5) формировать этапы и устанавливать сроки создания объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации; РО-3 ИД-2 (ПК-5) создавать и управлять медиа проектом с учётом технологий коммуникативного дизайна</p>	<p>Тест:</p> <p>1.Серия плакатов это: а) несколько плакатов связанных между собой одной тематикой и как минимум одним композиционным элементом б) несколько плакатов расположенных рядом в экспозиции в) плакаты одинакового формата</p> <p>2. Укажите три основных цвета: а) Желтый, синий, красный. б) Зеленый, красный, синий. в) Черный, белый, серый.</p> <p>3. Какое направление композиционных элементов является самым позитивным? а) Вправо – вверх б) Вправо в) Вправо – вниз</p> <p>4. Что означает понятие графический дизайн? а) Художественно – проектная деятельность, основным средством которой служит графика. б) Вид проектной деятельности по созданию предметно пространственной среды. в) Любая художественно-проектная деятельность.</p> <p>5. Какой плакат можно назвать шрифтовым? а) Плакат, в композиционной и смысловой основе которого лежит изображение букв любого алфавита и начертания. б) Плакат, композицию которого на 50% составляют шрифты. в) Плакат, в основе которого лежит графический элемент отдаленно напоминающий шрифтовой знак.</p> <p>6. Какая форма ассоциативно напоминает яблоко? а) Круг. б) Квадрат. в) Треугольник.</p> <p>7. Декоративное обобщение изображаемых объектов (фигур, предметов) с помощью</p>

		<p>ряда условных приемов изменения формы, объемных и цветовых отношений? называется: а) Стилизация. б) Трансформация. в) Преобразование.</p> <p>8. Укажите правильный размер формата А0: а) 1189 x 841 мм б) 594 x 841 мм в) 594 x 490 мм</p> <p>9. Что в графическом дизайне называют макетом? а) Готовый проект в электронном виде подготовленный к печати. б) Модель проекта. в) Распечатанная уменьшенная копия проекта.</p> <p>10. Имитация воздушной перспективы в двумерной композиции происходит: а) За счет придания второму третьему и последующим планам более светлых и холодных оттенков. б) За счет придания второму третьему и последующим планам насыщенных, теплых оттенков. в) За счет придания второму третьему и последующим планам контрастных между собой цветов.</p>
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

По окончании семестра в ходе промежуточной аттестации обучающиеся представляют все практические работы и материалы, связанные с выполнением учебных заданий и сдают дифференцированный зачёт и по окончании курса - экзамен.

Семестровый экзамен, как и зачёт представляет собой просмотр всех выполненных за семестр работ. Для проведения просмотра создаётся комиссия. Обучающиеся с помощью преподавателя организуют выставку своих учебных работ. К экзаменационному просмотру предоставляются все материалы, связанные с выполнением учебного задания. При оценке работ учитывается не только формальное выполнение задания, но и, прежде всего, решение поставленных задач.

К зачёту и экзамену допускаются обучающиеся, выполнившие учебный план в полном объеме.

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Зачет с оценкой - критерии выставления оценок

«Отлично»

Обучающийся демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала. В полном объеме представлено для просмотра изначально оговоренное количество работ

в соответствии с заданиями программы по профильному предмету на высоком профессиональном уровне.

«Хорошо»

Обучающийся демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки. В полном объеме представлено для просмотра изначально оговоренное количество работ в соответствии с заданиями программы по профильному предмету на хорошем профессиональном уровне.

«Удовлетворительно»

Обучающийся демонстрирует не достаточную сформированность дисциплинарных компетенций, допускает значительные ошибки, проявляет отсутствие отдельных знаний. В полном объеме представлено для просмотра изначально оговоренное количество работ в соответствии с заданиями программы по профильному предмету на среднем уровне.

«Неудовлетворительно»

У обучающегося не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. Не в полном объеме представлены работы для просмотра.

Отсутствие каких-либо заданий у обучающегося служит причиной отказа в аттестации на просмотре.

Экзамен - критерии выставления оценок

«Отлично»

Обучающийся демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала. В полном объеме представлен собранный и разработанный дизайн-проект (эскизы, чертежи, видовые кадры, презентация) на высоком профессиональном уровне. Демонстрационный планшет (ролик), выполненный на высоком профессиональном уровне

«Хорошо»

Обучающийся демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки. В полном объеме представлен собранный и разработанный дизайн-проект (эскизы, чертежи, видовые кадры, презентация) на хорошем профессиональном уровне. Демонстрационный планшет (ролик), выполненный на хорошем профессиональном уровне.

«Удовлетворительно»

Обучающийся демонстрирует не достаточную сформированность дисциплинарных компетенций, допускает значительные ошибки, проявляет отсутствие отдельных знаний. В полном объеме представлен собранный и разработанный дизайн-проект (эскизы, чертежи, видовые кадры, презентация) на среднем уровне. Демонстрационный планшет (ролик), выполненный на среднем уровне. Допущены ошибки.

«Неудовлетворительно»

У обучающегося не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. Не в полном объеме представлен собранный и разработанный дизайн-проект, отсутствуют видовые кадры. Демонстрационный планшет (ролик), выполненный на низком уровне.

Отсутствие каких-либо заданий у обучающегося служит причиной отказа в аттестации на просмотре.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования, оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**»- получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная:

1. Мишова В.В. Мультимедийные технологии: практикум / В.В. Мишова; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт информационных и библиотечных технологий. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 80 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=472682> – Библиогр.: с. 78. – ISBN 978-5-8154-0374-1. – Текст: электронный.

2. Третьяк Т.М. Практикум Web-дизайна: практическое пособие: [12+] / Т.М. Третьяк, М.В. Кубарева. – Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2006. – 174 с. – (Дистанционное обучение). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227182> – ISBN 5-98003-253-3. – Текст: электронный.

Дополнительная:

1. Алексеев А. П. Введение в Web-дизайн: учебное пособие / А. П. Алексеев. — Москва: СОЛОН-Пресс, 2019. — 184 с. — ISBN 978-5-91359-150-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/90393.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Байдачный, С.С. Silverlight 4: Создание насыщенных Web-приложений: практическое пособие / С.С. Байдачный. – Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2010. – 288 с. – (Библиотека профессионала). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=226982> – ISBN 978-5-91359-079-4. – Текст: электронный.

3. Бедердинова О.И. Информационные технологии общего назначения: учебное пособие / О.И. Бедердинова, Ю.А. Водовозова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова. – Архангельск: САФУ, 2015. – 84 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436288> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-261-01077-7. – Текст: электронный.

4. Вагин Д.В. Современные технологии разработки веб-приложений: учебное пособие: [16+] / Д.В. Вагин, Р.В. Петров; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет,

2019. – 52 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573960> – ISBN 978-5-7782-3939-5. – Текст: электронный.

5. Кириченко А. В. HTML5+CSS3. Основы современного web-дизайна / А. В. Кириченко, А. А. Хрусталева. — Санкт-Петербург: Наука и Техника, 2018. — 352 с. — ISBN 978-5-94387-750-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78105.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

6. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474> – ISBN 978-5-9729-0139-5. – Текст: электронный.

7. Поляков Е. А. Web-дизайн: практикум / Е. А. Поляков. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 123 с. — ISBN 978-5-4487-0488-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81869.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

8. Поляков Е. А. Web-дизайн: учебное пособие / Е. А. Поляков. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 188 с. — ISBN 978-5-4487-0489-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81868.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Столбовский Д.Н. Основы разработки Web-приложений на ASP.NET: учебное пособие / Д.Н. Столбовский; Национальный Открытый Университет "ИНТУИТ". – Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ): Бинوم. Лаборатория знаний, 2009. – 304 с. – (Основы информационных технологий). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233488> – ISBN 978-5-94774-991-5. – Текст: электронный.

10. Строганов А.С. Ваш первый сайт с использованием PHP-скриптов: учебное пособие / А.С. Строганов. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва: Диалог-МИФИ, 2015. – 288 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447998> – ISBN 978-5-86404-226-7. – Текст: электронный.

11. Технология разработки интернет ресурсов: курс лекций: [16+] / авт.-сост. И.А. Журавлёва; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: СКФУ, 2018. – 171 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562579> – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> - ЭБС "Университетская библиотека онлайн" [p://biblioclub.ru/](http://biblioclub.ru/).
2. <http://www.iprbookshop.ru/> - Электронно-библиотечная система IPR BOOKS

9. Лицензионное программное обеспечение

- Adobe Illustrator
- Adobe InDesign
- Adobe Premiere
- Adobe After Effects.
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- помещения для проведения практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;
- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.