



Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Московской области

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
"ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ
СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-
КОСМОНАВТА А.А.ЛЕОНОВА"

Подписано цифровой подписью:
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
"ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ
СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-
КОСМОНАВТА А.А.ЛЕОНОВА"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Е.К. Самаров
«*Е.К.*» *июня* 2021 г.

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

КАФЕДРА ДИЗАЙНА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

«КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА В РЕКЛАМЕ»

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии
и рекламная деятельность

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2021

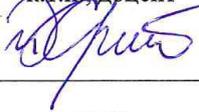
Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.

Автор: Деменкова А.Б. Рабочая программа дисциплины (модуля): Компьютерная графика в рекламе – Королев МО: «Технологический университет», 2021.

Рецензент: Христофорова И.В.

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета. Протокол № 13 от 22 июня 2021 года.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Раев О.Н., к.т.н., доцент 	<i>Воейко О.А.</i> к.т.н., доцент 	<i>Воейко О.А.</i> к.т.н., доцент 		
Год утверждения (переутверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 9 от 07.06.2021	<i>№ 2 от</i> <i>09.06.22</i>	<i>№ 12 от</i> <i>21.04.23</i>		

Рабочая программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО  **Т.Ю. Кирилина, д.соц.н, профессор**

Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:

Год утверждения (переутверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания УМС	№ 7 от 15.06.2021	<i>№ 5</i> <i>от 21.06.22</i>	<i>№ 6 от</i> <i>16.05.23</i>		

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Цель изучения дисциплины:

овладение основами теоретических и практических знаний, связанных с изучением компьютерной графики в рекламе, организацией пользовательского интерфейса в системах компьютерной графики, визуализация данных, применением информационно-коммуникационных технологий для создания рекламы с учетом основных требований информационной безопасности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

Универсальные компетенции:

(УК-1) способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

Профессиональные компетенции:

(ПК-1) - способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

(ПК-5) - способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ;

(ПК-10) - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Основными **задачами** дисциплины являются

1. обучить начальным теоретическим и практическим знаниям компьютерных технологий в дизайне;
2. ознакомить студентов с существующими компьютерными графическими программами в области дизайнерского проектирования;
3. сформировать базовую систему проектных умений;
4. обучить терминологии предмета профессиональной деятельности дизайнера;
5. сформировать основополагающие проектно-графические навыки и умения;
6. ознакомить с основными этапами и методикой компьютерного дизайн-проектирования;
7. использование основ психологии познания, социологии и организации бизнеса, эргономики и системного анализа, управления процессами и промышленного дизайна для создания рекламы с помощью средств компьютерной графики;

Показатель освоения компетенции отражают следующие индикаторы:

Трудовые действия:

УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов.

ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций

ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного проведения социологического исследования по изучению общественного мнения.

ПК-5.3. Составляет аналитические отчеты, проводить презентацию маркетингового исследования в области СМИ.

ПК-10.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.

Необходимые умения:

УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения.

УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.

ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.

ПК-5.2. Выявляет факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.

ПК-10.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

Необходимые знания:

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие.

УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.

ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.

ПК-5.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты для проведения маркетинговых исследований в области СМИ.

ПК-10.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВПО

Дисциплина «Компьютерная графика в рекламе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее изученной дисциплине: «Современные информационные технологии в социальных науках» и компетенциях: ПК-1, ПК-4.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для подготовки выпускной квалификационной работы.

3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины для студентов очной и заочной формы составляет 4 зачетных единиц, 144 часов.

Таблица 1

ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ		
Виды занятий	Всего часов	Семестр 8
Общая трудоемкость	144	144
Аудиторные занятия	24	24
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	8	8
Практическая подготовка	-	-
Самостоятельная работа	120	120
Курсовые работы	-	-
Контрольная работа	+	+
Текущий контроль знаний	Тест	Тест
Вид итогового контроля	Экзамен	Экзамен
ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ		
Виды занятий	Всего часов	Курс 4
		Летняя сессия
Общая трудоемкость	144	144
Аудиторные занятия	16	16
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	4	4
Практическая подготовка	-	-
Самостоятельная работа	128	128
Курсовые работы	-	-
Контрольная работа	+	+
Вид итогового контроля	Экзамен	Экзамен

4. Содержание дисциплины (модуля)

4.1. Темы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

Наименование тем	Лекции, час. Очное/заочн	Практические занятия, час	Занятия в интерактивной форме, час	Практическая подготовка,	Код компетенций

	ое	Очное/заочн ое	Очное/заочно е	час Очное/заочн ое	
Тема 1. Основы компьютерно й графики.	4/2	4/4	3/1	-	УК-1 ПК-1 ПК-5 ПК-10
Тема 2. Использовани е компьютерны х технологий в рекламе.	4/2	4/4	3/1	-	УК-1 ПК-1 ПК-5 ПК-10
Итого:	8/4	8/8	6/2	-	

4.2. Содержание тем дисциплины

Тема 1. Основы компьютерной графики.

Содержание и задачи курса. Структура учебного плана.

Основные понятия компьютерных технологий. Особенности программного обеспечения в дизайне.

Векторная двумерная компьютерная графика (программа CorelDraw). Основные функциональные возможности векторного двумерного моделирования применительно к дизайну. Обработка векторных изображений в программе CorelDraw.

Растровая компьютерная графика (программа Adobe Photoshop). Обработка растровых изображений в редакторе Adobe Photoshop.

Тема 2. Использование компьютерных технологий в рекламе.

Графические этапы проектирования дизайн - продукта. Понятие «творческий эскиз», технический эскиз. Методы и способы подачи эскизов. Допечатная подготовка макета. Создание компьютерных презентаций.

Основы Web-дизайна. Разработка дизайна Web-страницы.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине представлен в Приложении 1 к рабочей программе.

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

Основная литература:

1. Photoshop шаг за шагом. Практикум : учеб. пособие / Л.В. Кравченко, С.И. Кравченко. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 136 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/990340>

2. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. — (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/922641>

3. Дорощенко, М. А. Программы Adobe. Основы программы Illustrator CC : метод. руководство / М. А. Дорощенко, Л.И. Миронова. - Москва : ФГОУ СПО "МИПК им. И.Федорова", 2018. - 52 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1039227>

Дополнительная литература:

1. Studio Max + V-Ray. Проектирование дизайна среды : учеб. пособие / Д.А. Хворостов. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 270 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст : электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/994914>

2. AutoCAD Mechanical : учеб. пособие / В.М. Бабенко, О.В. Мухина. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5aa63a464d4af0.05116077. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1027418>

3. Аббасов, И.Б. Основы трехмерного моделирования в графической системе 3ds Max 2018 : учебное пособие / И.Б. Аббасов. - 3-е изд. - Москва : ДМК Пресс, 2017. - 186 с. - ISBN 978-5-97060-516-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028139>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Электронно-библиотечная система «Лань» - www.e.lanbook.com

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины приведены в Приложении 2 к рабочей программе.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Перечень программного обеспечения: World, CorelDraw, Adobe Photoshop.

Информационные справочные системы: не предусмотрены курсом дисциплины.

Ресурсы информационно-образовательной среды "МГОТУ":

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «Компьютерная графика в рекламе».

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций / слайдов, видеофильмов на темы:
 1. Основы компьютерной графики.
 2. Использование компьютерных технологий в проектной композиции.

Практические занятия;

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран), рабочими столами для осуществления практических работ.

Прочее:

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО
БИЗНЕСА**

КАФЕДРА ДИЗАЙНА

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

«КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА В РЕКЛАМЕ»

(Приложение 1 к Рабочей программе)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии
и рекламная деятельность**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2021

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции, обучающийся приобретает:		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Тема 1 Тема 2	УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения задачи по различным типам запросов.	УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретирует, оценивает, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения. УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие. УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи.
2	ПК-1	способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические	Тема 1 Тема 2	ПК-1.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных	ПК-1.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует	ПК-1.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарелейшнз и

		средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций		инструментов внутренних коммуникаций ПК-1.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного проведения социологического исследования по изучению общественного мнения.	основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-1.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.	медиапланирование в онлайн и офлайн среде.
3	ПК-5	способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ	Тема 1 Тема 2	ПК-5.3. Составляет аналитические отчеты, проводить презентацию маркетингового исследования в области СМИ.	ПК-5.2. Выявляет факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.	ПК-5.1. Использует современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты для проведения маркетинговых исследований в области СМИ.
4	ПК-10	способность применять	Тема 1 Тема 2	ПК-10.2. Принимает	ПК-10.3. Осуществляет	ПК-10.1. Использует

	основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	ет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.
--	---	--	--	---	---

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Инструменты, оценивающие сформированность компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерии оценки
УК-1 ПК-1 ПК-5 ПК-10	Тест	А) Полностью сформирована – 90% правильных ответов Б) частично сформирована – 70% правильных ответов В) не сформирована – 50% и менее правильных ответов	Проводится в письменной форме. Время, отведенное на процедуру – 45 минут. Неявка – 0 баллов. Критерии оценки определяются процентным соотношением: Удовлетворительно – от 51% правильных ответов Хорошо – от 70% правильных ответов Отлично – от 90% правильных ответов Максимальный балл – 5.

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Тестовые задания

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Задание на выбор правильного ответа

1. Какая цветовая модель используется в макете, разработанном для размещения в интернете?

(?) любая цветовая модель

(!) RGB;

(?) СМУК;

2. Фальцовка – это ...

(?) обработка сгиба;

(?) подготовка к печати;

(!) складывание листа;

3. Понятие резолуция это

(?) понятие из экономики

(!) это количество маленьких точек при печати на дюйм

(?) понятие из философии

(?) понятие из математики

4. Программа Indesign это?

(?) универсальная дизайнерская программа

(!) программное обеспечение для создания макетов страниц для печатных и цифровых медиа.

(?) программа для разработки логотипов

5. Брендбук это?

(?) универсальная дизайнерская программа

(!) документ с детальным описанием бренда: начиная от философии компании, заканчивая способами компоновки разных версий логотипа.

(?) учебник по дизайну

6. Для создания основного рекламного текста рекомендуются ...

(?) шрифты с засечками;

(!) рубленые шрифты;

(?) декоративные шрифты;

(?) рукописные шрифты.

7. Площадь логотипа в рекламном объявлении

(!) 20%;

(?) 5-10%;

(?) 10-15%;

(?) 50%.

8. Придает видимость современного, модного, энергичного ... баланс

(!) асимметричный;

(?) радиальный;

(?) симметричный;

(?) радиальный и симметричный баланс.

9. Преимущества использования компьютерных программ компании Adobe?

(!) Общий интерфейс со всеми продуктами компании Adobe

(?) Доступная цена.

(?) Свободный доступ к программе.

(?) Модный логотип программы.

10. Каждый элемент в рекламе должен занимать площадь, пропорциональную его значимости в рекламе – это принцип

(?) простоты;

(?) четкости;

- (?) единства;
- (!) соразмерности.

Задание с открытыми вопросами

1. Какая цветовая модель используется в макете, разработанном для размещения в интернете?

Ответ: RGB;

2. Фальцовка – это ...

Ответ: складывание листа;

3. Понятие резолуция это

Ответ: количество маленьких точек при печати на дюйм

4. Программа Indesign это?

Ответ: программное обеспечение для создания макетов страниц для печатных и цифровых медиа

5. Брендбук это?

Ответ: документ с детальным описанием бренда: начиная от философии компании, заканчивая способами компоновки разных версий логотипа

6. Какова площадь логотипа в рекламном объявлении?

Ответ: 20%

7. К малоформатным печатным рекламным документам относится:

Ответ: буклет

8. Чем векторная компьютерная программа отличается от растровой программы?

Ответ: векторная программа дает возможность нарисованный в ней объект увеличить, без ущерба для качества

9. Какая цветовая модель используется в макете разработанном для широкоформатной печати?

Ответ: CMYK;

10. Полиграфия – это ...

Ответ: подготовка и вывод на печать публикации.

11. Операция по размещению полос издания на печатной форме это

Ответ: спуск полос

ПК-1 - Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Задание на выбор правильного ответа

1. Рекламным идентификатором (константой фирменного стиля является):

- (?) визитная карточка;
- (!) логотип;
- (?) бланк;
- (?) штендер.

2. Наиболее эффективна реклама косметики, сопровождающаяся ...

- (!) фотографией женского лица, на которой видны рекламируемые косметические средства;
- (?) инструкцией по использованию косметики;
- (?) рисунком векторной природы с изображением косметических средств;
- (?) подробным описанием состава косметического средства.

3. Отметьте признак хорошего логотипа:

- (?) небольшой размер логотипа;
- (!) сочетание знака и слова;
- (?) использование геометрических форм;
- (!) цвет нужен, чтобы подкрепить концепцию, но логотип должен работать и в черно-белой версии.

4. Для создания основного рекламного текста рекомендуются ...

- (?) шрифты с засечками;
- (!) рубленые шрифты;
- (?) декоративные шрифты;
- (?) рукописные шрифты.

5. Площадь логотипа в рекламном объявлении

- (!) 20%;
- (?) 5-10%;
- (?) 10-15%;
- (?) 50%.

6. Придает видимость современного, модного, энергичного ... баланс

- (!) асимметричный;
- (?) радиальный;
- (?) симметричный;
- (?) радиальный и симметричный баланс.

7. Преимущества использования компьютерных программ компании Adobe?

- (!) Общий интерфейс со всеми продуктами компании Adobe
- (?) Доступная цена.
- (?) Свободный доступ к программе.
- (?) Модный логотип программы.

8. Каждый элемент в рекламе должен занимать площадь, пропорциональную его значимости в рекламе – это принцип

- (?) простоты;
- (?) четкости;
- (?) единства;
- (!) соразмерности.

9. Для чего надо переводить текст в кривые при разработке печатного рекламного носителя?

- (?) для возможности залить текст градиентом
- (?) для четкости
- (?) для красоты
- (!) перевод текста в кривые дает возможность открыть макет на любом компьютере.

10. На каком формате выполняется Евро-буклет?

- (!) А-4
- (?) А-3
- (?) А-0
- (?) любой формат

Задание с открытыми вопросами

1. Композиционные центр это _____ позволяющий управлять вниманием зрителя.

Ответ: центр

2. Геометрический центр это точка пересечения _____ прямоугольного изображения.

Ответ: диагоналей

3. В _____ композиции люди или предметы расположены почти зеркально по отношению к центральной оси картины.

Ответ: симметричной

4. Программа CorelDraw это _____.

Ответ: двухмерная программа

5. Контраст в дизайне это отличие между _____ или более элементами в композиции.

Ответ: двумя

6. Нюанс это небольшое _____ свойств.

Ответ: различие

7. _____ формат файлов векторной графики.

Ответ: EPS

8. _____ формат файлов растровой графики для широкоформатной печати.

Ответ: TIFF

9. _____ специалист вёрстки, который разбивает текст на отдельные страницы, компоует его с иллюстрациями, подготавливает оригинал-макет издания.

Ответ: верстальщик

10. _____ это написание текста с целью рекламы или других форм маркетинга.

Ответ: копирайтинг

ПК-5 - Способен организовывать и проводить маркетинговые исследования в области СМИ
--

Задание на выбор правильного ответа

1. К малоформатным печатным рекламным документам относится:

- (?) баннер;
- (?) билборд;
- (!) буклет;

2. Чем векторная компьютерная программа отличается от растровой программы?

(!) векторная программа дает возможность нарисованный в ней объект увеличить, без ущерба для качества

(?) Это одинаковые понятия

(?) в векторной программе обрабатываются фотографии

3. Какая цветовая модель используется в макете, разработанном для широкоформатной печати?

(?) любая цветовая модель

(?) RGB;

(!) CMYK;

4. Полиграфия – это ...

(?) подготовка публикаций;

(?) программа подготовки печатного издания;

(!) подготовка и вывод на печать публикации.

5. Операция по размещению полос издания на печатной форме это ...

(?) параметры печати;

(!) спуск полос;

(?) фальцовка;

6. Какая цветовая модель используется в макете разработанном для размещения в интернете?

(?) любая цветовая модель

(!) RGB;

(?) CMYK;

7. Фальцовка – это ...

(?) обработка сгиба;

(?) подготовка к печати;

(!) складывание листа;

8. Понятие резолуция это

(?) понятие из экономики

(!) количество маленьких точек при печати на дюйм

(?) понятие из философии

(?) понятие из математики

9. Программа Indesign это?

(?) универсальная дизайнерская программа

(!) программное обеспечение для создания макетов страниц для печатных и цифровых медиа

(?) программа для разработки логотипов

10. Брендбук это?

(?) универсальная дизайнерская программа

(!) документ с детальным описанием бренда: начиная от философии компании, заканчивая способами компоновки разных версий логотипа

(?) учебник по дизайну

Задание с открытыми вопросами

1. К малоформатным печатным рекламным документам относится:

Ответ: буклет

2. Чем векторная компьютерная программа отличается от растровой программы?

Ответ: векторная программа дает возможность нарисованный в ней объект увеличить, без ущерба для качества

3. Какая цветовая модель используется в макете, разработанном для широкоформатной печати?

Ответ: CMYK

4. Полиграфия – это ...

Ответ: подготовка и вывод на печать публикации

5. Операция по размещению полос издания на печатной форме это

Ответ: спуск полос

6. Какая цветовая модель используется в макете разработанном для размещения в интернете?

Ответ: RGB

7. Фальцовка – это ...

Ответ: складывание листа

8. Понятие резолуция это

Ответ: количество маленьких точек при печати на дюйм

9. Программа Indesign это?

Ответ: программное обеспечение для создания макетов страниц для печатных и цифровых медиа

10. Брендбук это?

Ответ: документ с детальным описанием бренда: начиная от философии компании, заканчивая способами компоновки разных версий логотипа

11. Какова площадь логотипа в рекламном объявлении?

Ответ: 20%

ПК-10 - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
--

Задание на выбор правильного ответа

1. Основным объектом исследования и целью маркетинга являются:

(?) объект - целевая аудитория; цель - сбыт товара/услуги.

(?) объект - информационное поле; цель - формирование имиджа фирмы, лояльность к бренду.

(!) объект - рынок сбыта; цель - позиционирование своего товара/услуги.

2. Относительно модели Джеррита Антониеса и Фреда ван Рая ЦА на уровне товарной группы сегментируют по:

(?) географически признакам;

(?) психографическим признакам;

(!) экономическим признакам;

3. Какие процессы входят в уровень «выбор целевых сегментов» целевого маркетинга?

(?) ключевые потребности сегмента;

(!) оценка размера сегмента;

(?) выбор критериев сегментации;

4. Какие критерии исследуются при сегментировании товарного рынка?

(?) сильные стороны - угрозы, слабые стороны – источники роста;

(?) поведенческие признаки;

(!) производитель товара;

5. В демографические признаки сегментации рынка входят:

(!) возраст;

(?) регион проживания;

(?) отношение к товару;

6. К географическим признакам сегментации рынка относятся:

(?) пол;

(?) возраст;

(!) регион проживания;

7. К психографическим признакам сегментации рынка относятся:

(?) жизненный цикл семьи;

(?) климат и вероятность стихийных бедствий;

(!) образ жизни потребителя.

8. Процесс разделения всех покупателей рынка на однородные группы по поведению, которое они проявляют в момент выбора, совершения покупки и использования товара - это:

(?) экономическое сегментирование;

(!) поведенческое сегментирование;

(?) географическое сегментирование;

(?) психографическое сегментирование;

9. Потребители, пользующиеся категорией, товаром или брендом, но не вовлеченные в покупку, которые могут отказаться от использования любой момент – это:

(?) Heavy users;

(?) Medium users;

(!) Light users;

(?) Non-users.

10. В каком сегменте чувствительность к цене есть, но ее можно снижать с помощью создания образа уникального продукта и формирования долгосрочной лояльности к бренду?

(?) низко-ценовой сегмент;

(!) средне-ценовой сегмент;

(?) высоко-ценовой сегмент;

Задание с открытыми вопросами

1. Перечислите составные элементы маркетинговой модели 4P:

Ответ: продукт, цена, место, продвижение

2. Рекламная кампания – это...

Ответ: комплекс рекламных мероприятий, направленных на достижение общей

маркетинговой цели

3. Общий рекламный план для серии разных, но взаимосвязанных рекламных мероприятий или материалов, появляющихся в различных СМИ в течение определенного периода времени - это:

Ответ: рекламная кампания

4. Какие критерии исследуются при сегментировании товарного рынка?

Ответ: производитель товара

5. В демографические признаки сегментации рынка входят:

Ответ: возраст; пол, образование

6. Процесс разделения всех покупателей рынка на однородные группы по поведению, которое они проявляют в момент выбора, совершения покупки и использования товара - это:

Ответ: поведенческое сегментирование

7. Потребители, пользующиеся категорией, товаром или брендом, но не вовлеченные в покупку, которые могут отказаться от использования любой момент – это:

Ответ: Light users

8. В каком сегменте чувствительность к цене есть, но ее можно снижать с помощью создания образа уникального продукта и формирования долгосрочной лояльности к бренду?

Ответ: средне-ценовой сегмент

9. По какой модели в психологии рекламы сообщение должно привлечь внимание потребителя, вызвать интерес, пробудить желание приобрести товар и побудить к действию:

Ответ: AIDA

10. Какая модель в психологии рекламы предполагает обратную связь в качестве одобрения и повторных покупок?

Ответ: APPROVAL

11. ROMI – это:

Ответ: коэффициент возврата инвестиций.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формой контроля знаний по дисциплине «Компьютерная графика в рекламе» являются две текущие аттестации в виде тестов и одна промежуточная аттестация в виде экзамена.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенции, оценивающий знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
--------------------------	-------------------------	---	--------------------------------	-------------------------	------------------------------	---

согласно графику учебного процесса	Тест	УК-1 ПК-1 ПК-5 ПК-10	20 вопросов	Компьютерное тестирование; время, отведенное на процедуру – 30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка -0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо – от 70%. Отлично – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
согласно графику учебного процесса	Экзамен	УК-1 ПК-1 ПК-5 ПК-10	2 вопроса	Экзамен проводится в форме устной беседы с преподавателем. Время, отведенное на процедуру – 30 минут. Количество баллов, необходимое для допуска к экзамену – 51.	Результаты предоставляются в день проведения экзамена	Критерии оценивания: «Отлично»: - глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретной дисциплины, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой; - отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области; - знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой; - умение выполнять предусмотренные программой задания; - логически корректное и убедительное изложение ответа. «Хорошо»: - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; - умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем программы; - знание важнейших работ из списка рекомендованной

						<p>литературы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - умение выполнять предусмотренные программой задания; - в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа. <p>«Удовлетворительно»</p> <p>:</p> <ul style="list-style-type: none"> - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; - затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; - неполное знакомство с рекомендованной литературой; - частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; - стремление логически определенно и последовательно изложить ответ. <p>«Неудовлетворительно»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - незнание либо отрывочное представление учебно-программного материала; - неумение выполнять предусмотренные программой задания.
--	--	--	--	--	--	---

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся.

Экзамен проводится в форме устной беседы с преподавателем по пройденным темам.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА И ИНЖЕНЕРНОГО
БИЗНЕСА**

КАФЕДРА ДИЗАЙНА

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА В РЕКЛАМЕ»
(Приложение 2 к рабочей программе)**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии
и рекламная деятельность**

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2021

1. Общие положения

Целью изучения дисциплины является

овладение основами теоретических и практических знаний, связанных с изучением компьютерной графики в рекламе, организацией пользовательского интерфейса в системах компьютерной графики, визуализация данных, применением информационно-коммуникационных технологий для создания рекламы с учетом основных требований информационной безопасности.

Основными задачами дисциплины являются

- обучить начальным теоретическим и практическим знаниям компьютерных технологий в дизайне;
- ознакомить студентов с существующими компьютерными графическими программами в области дизайнерского проектирования;
- сформировать базовую систему проектных умений;
- обучить терминологии предмета профессиональной деятельности дизайнера;
- сформировать основополагающие проектно-графические навыки и умения;
- ознакомить с основными этапами и методикой компьютерного дизайн-проектирования;
- использование основ психологии познания, социологии и организации бизнеса, эргономики и системного анализа, управления процессами и промышленного дизайна для создания рекламы с помощью средств компьютерной графики;

2. Указания по проведению практических занятий

Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: изучение основных навыков работы в программе CorelDraw.

Тема и содержание практического занятия: практическое закрепление навыков работы в программе CorelDraw.

Продолжительность занятия – 4 /2ч.

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: изучение основных навыков работы в программе Photoshop.

Тема и содержание практического занятия: практическое закрепление навыков работы в программе Photoshop.

Продолжительность занятия – 4/2 ч.

3. Указания по проведению лабораторного практикума

Лабораторный практикум 1.

Работа в программе CorelDraw.

Продолжительность занятия – 4 /2 ч.

Лабораторный практикум 2.

Работа в программе Photoshop. Создание макетов материалов (буклетов, лифлетов, афиш, флаеров и т.д.)

Продолжительность занятия – 4/2 ч.

4. Указания по проведению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1.	Основы компьютерной графики.	Подготовка материала для разработки эскизов для просмотра. Систематизация приемов в векторной и растровой графике.
2.	Использование компьютерных технологий в проектной композиции.	Подготовка материала для разработки эскизов для просмотра. Изучение использование программных средств для создания фирменного стиля компании.

5. Указания по проведению контрольных работ для обучающихся очной, заочной формы обучения

5.1. Требования к структуре.

Структура контрольной работы должна способствовать раскрытию темы: иметь титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение, список литературы.

5.2. Требования к содержанию (основной части).

1. Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель работы, задачи и методы исследования.

2. При определении целей и задач исследования необходимо правильно их формулировать. Так, в качестве цели не следует употреблять глагол «сделать». Правильно будет использовать глаголы: «раскрыть», «определить», «установить», «показать», «выявить» и т.д.

3. Основная часть работы включает 2 - 4 вопроса, каждый из которых посвящается решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается констатацией итогов.

4. Приветствуется иллюстрация содержания работы таблицами, графическим материалом (рисунками, схемами и т.п.).

5. Необходимо давать ссылки на используемую Вами литературу.

6. Заключение должно содержать сделанные автором работы выводы, итоги исследования.

7. Вслед за заключением идет список литературы, который должен быть составлен в соответствии с установленными требованиями. Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах, и должны быть соответственно пронумерованы.

5.3. Требования к оформлению.

Объем контрольной работы – 12-18 страниц формата А 4, напечатанного с одной стороны текста (1,5 интервал, шрифт Times New Roman).

Тематика контрольных работ

1. Основные функциональные возможности векторного двумерного моделирования применительно к дизайну.
2. Графические примитивы: построение, редактирование, выделение, перемещение, масштабирование, удаление объектов в программе CorelDraw.
3. Простейшее редактирование объектов: изменение пропорций, сдвиг, вращение, растяжение и сжатие. Простейшие обводки и заливки в программе CorelDraw.
4. Создание криволинейных объектов свободной формы. Соединение линий в замкнутый контур. Преобразование формы примитивов. Применение зеркальной трансформации к объектам в программе CorelDraw.
5. Понятия «сегмент» и «узел»: типы узлов, добавление, удаление узла, изменение свойств и преобразование сегмента, рычаги управления формой сегмента, соединение и разъединение сегментов в программе CorelDraw.
6. Группировка объектов. Соединение и разделение контуров. Замыкание контуров. Геометрические операции с фигурами сегментов в программе CorelDraw.
7. Векторные эффекты: перетекание, оболочка, контур, перспектива, линза, Power Clip. Кнопка «Интерактивные эффекты» на панели инструментов: перетекание, контур, искажение, оболочка, прозрачность, тень и особенности их использования в эскизах. Настройка атрибутов эффектов сегментов в программе CorelDraw.
8. Оптимизация создания сложных векторных иллюстраций при помощи многослойной организации графического процесса. Особенности работы со слоями в векторной среде. Управление слоями документов в программе CorelDraw.
9. Преобразование растровой графической информации в векторную. Автоматическая и ручная трассировка.
10. Ввод, обработка и редактирование текста. Способы представления текстовых объектов: блочный и фигурный тексты. Атрибуты текста. Способы управления свойствами текста в программе CorelDraw.
11. Допечатная подготовка материалов в векторных редакторах.
12. Программные средства растровой графики.
13. Редактирование растровых изображений.
14. Многослойная организация растрового эскиза.
15. Создание выделенных областей для редактирования изображения в программе Adobe Photoshop.
16. Эффекты в растровой среде.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Photoshop шаг за шагом. Практикум : учеб. пособие / Л.В. Кравченко, С.И. Кравченко. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 136 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/990340>

2. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. — (Высшее образование). - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/922641>

3. Дорощенко, М. А. Программы Adobe. Основы программы Illustrator CC : метод. руководство / М. А. Дорощенко, Л.И. Миронова. - Москва : ФГОУ СПО "МИПК им. И.Федорова", 2018. - 52 с. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1039227>

Дополнительная литература:

1. Studio Max + VRay. Проектирование дизайна среды : учеб. пособие / Д.А. Хворостов. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 270 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст : электронный. - URL: <http://znaniium.com/catalog/product/994914>

2. AutoCAD Mechanical : учеб. пособие / В.М. Бабенко, О.В. Мухина. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/textbook_5aa63a464d4af0.05116077. - Режим доступа: <http://znaniium.com/catalog/product/1027418>

3. Аббасов, И.Б. Основы трехмерного моделирования в графической системе 3ds Max 2018 : учебное пособие / И.Б. Аббасов. - 3-е изд. - Москва : ДМК Пресс, 2017. - 186 с. - ISBN 978-5-97060-516-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028139>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Электронно-библиотечная система «Лань» - www.e.lanbook.com

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Перечень программного обеспечения: Adobe Photoshop, CorelDraw.

Информационные справочные системы: не предусмотрено курсом данной дисциплины

Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ:

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу «Компьютерная графика в рекламе».