

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крячкова»  
(НГУАДИ)

РПД одобрена  
Ученым советом НГУАДИ

протокол № 17 от 28.02.2022

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по ОмД

 И.В. Рязанцева

" 28 " февраля 2022 г.

## Визуальные коммуникации

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Коммуникационного дизайна**  
Учебный план 42.03.01\_2023\_РиО.plx  
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108  
в том числе:  
аудиторные занятия 32  
самостоятельная работа 76

Виды контроля в семестрах:  
зачеты с оценкой 2

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя 16 2/6			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

канд. архитектуры, доцент кафедры КД, Тихов В.Г.



Рецензент(ы):

канд. искусствоведения, зав.кафедрой КД, Нечаев М.Г.



Рабочая программа дисциплины

**Визуальные коммуникации**

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2022 протокол № 17.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Коммуникационного дизайна**

Протокол от 28.02.2022 г. № 07

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой



Тихов В.Г.

Согласовано:

Декан факультета



**Е.Л. Соболева**

Заведующий НТБ



Н.А.Патрушева

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью освоения дисциплины «Визуальные коммуникации» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с ФГОС ВО в предметной области дисциплин в области коммуникативного дизайна. Приобретение знаний об особенностях визуальной коммуникации, понимание значения визуальной коммуникации в современном информационном обществе, формирование у обучающихся визуальной грамотности.
-----	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Знания, умения, навыки, творческие способности, полученные на предшествующем уровне образования
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	История графического дизайна
2.2.2	Компьютерные технологии в рекламе
2.2.3	Медиатекст и основы копирайтинга
2.2.4	Фирменный стиль и основы дизайна
2.2.5	Дизайн и рекламные технологии
2.2.6	Производственная практика. Профессионально-творческая практика
2.2.7	Современное и актуальное искусства
2.2.8	Корпоративные коммуникации
2.2.9	Маркетинг и менеджмент
2.2.10	Медиапланирование
2.2.11	Основы брендинга
2.2.12	Основы сторителлинга
2.2.13	Маркетинг социальных медиа
2.2.14	Основы теории и методологии дизайна
2.2.15	Разработка рекламного продукта
2.2.16	Медиа-технологии в рекламе
2.2.17	Консалтинг в сфере бизнес-коммуникаций
2.2.18	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
2.2.19	Производственная практика. Преддипломная практика

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### ПК-1: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации рекламного продукта

##### Знать:

Уровень 1	основные методы проектной деятельности, которые используются с учетом специфики объекта визуальной коммуникации
-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

##### Уметь:

Уровень 1	распознавать основные объекты визуальных коммуникаций в области графического дизайна; вычленять основные этапы проектирования, их последовательности, цели и задачи каждого; применять основные виды анализа объектов визуальных коммуникаций, их суть и формы представления результатов работы; применять основные методы проектной деятельности, которыми он пользуется самостоятельно с учетом специфики объекта визуальной коммуникации; визуализировать идеи; создавать композицию пиктограмм, выделяя значимые детали; создавать пиктограммы и элементы интерфейсов с помощью стандартных графических программ; создавать графические элементы систем навигации.
-----------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

##### Владеть:

Уровень 1	навыками планирования творческого процесса; создания образа и стиля объекта проектирования; использования тематической литературы и работы с источниками информации; опыт работы в различных графических программах.
-----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
------------	---------------

3.1.1	ПК-1.1.8 Специфику маркетинговых решений при планировании и выполнении проектов визуальной коммуникации в профессиональной сфере
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	ПК-1.2.10 Выявлять коммуникационные проблемы, цели и инструменты маркетинга при выполнении проектов визуальной коммуникации в профессиональной сфере
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	ПК-1.3.7 Навыками планирования и реализации коммуникационного продукта с использованием комплекса маркетинга в сфере креативных индустрий

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	<b>Раздел 1. Курсовой проект по теме «Визуальные коммуникации. Пиктографика»</b>					
1.1	История возникновения и виды визуальных коммуникаций /Пр/	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.2	Вводная лекция. Выбор и согласование объекта проектирования /Пр/	2	4	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.3	Требования к пиктограммам. Имиджевая и навигационная функции пиктограмм.Основные принципы разработки пиктограмм:ассоциативный ряд,доступность, эстетика,оригинальность /Пр/	2	4	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.4	Шрифт в пиктограммах. /Пр/	2	4	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.5	Цветовые решения пиктограмм. /Пр/	2	4	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.6	Выполнение аналитической части проекта и оформление реферата. /Ср/	2	30	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
1.7	Сдача 1 части проекта /Пр/	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
	<b>Раздел 2. Курсовой проект по теме "Визуальные коммуникации" Разработка оригинал-макета системы навигации</b>					
2.1	Визуализация образа и эскизный поиск графической формы пиктограмм /Пр/	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.2	Понятие пиктограммы в системах письменности,в информатике,в дизайне. Пиктограммы и идеограммы.Пиктограмма как элемент визуальной коммуникации /Пр/	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.3	Выбор графических средств и приемов в компьютерной графике. /Пр/	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.4	Дизайн — проект "Пиктографика". Проектирование. Консультации. /Пр/	2	2	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.5	Выполнение графической части проекта. /Ср/	2	46	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	
2.6	Представление и защита курсового проекта «Визуальные коммуникации» /Пр/	2	4	ПК-1	Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Э1	

<b>5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</b>
<b>5.1. Контрольные вопросы и задания</b>
См. приложение 1 к рабочей программе дисциплин "Визуальные коммуникации"
<b>5.2. Темы письменных работ</b>
См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Визуальные коммуникации"
<b>5.3. Фонд оценочных средств</b>
См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Визуальные коммуникации"
<b>5.4. Перечень видов оценочных средств</b>
См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Визуальные коммуникации"

<b>6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			
<b>6.1. Рекомендуемая литература</b>			
<b>6.1.1. Основная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Акатова О. И., Кумова С. В.	Проектирование визуальных коммуникаций: Учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2015
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	МИХАЙЛОВ Сергей Михайлович, Михайлова А.С.	Основы дизайна: учеб. для вузов	Казань: Дизайн-квартал, 2008
Л2.2	Быстрова Т. Ю., Вершинин С. Е.	Философия дизайна: Учебно-методическое пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015
Л2.3	Быстрова Т., Колясников В. А	Вещь, форма, стиль. Введение в философию дизайна	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2018
Л2.4	Станишевская, Л. С., Левковская, Е. С.	Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие	Благовещенск: Амурский государственный университет, 2017
Л2.5	Сабурова, М. М.	Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика): учебное пособие	Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2017
Л2.6	Бекмурзаев, И. Д., Дадаев, Я. Э.	Маркетинговые исследования: учебное пособие	Грозный: Чеченский государственный университет, 2019
Л2.7	Прохожев, О. А.	Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте: учебно-методическое пособие	Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019
<b>6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</b>			
Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Визуальные коммуникации» - <a href="https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1440">https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1440</a>		
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>			
7.3.1.1	Windows 10 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64, Adobe Photoshop, CorelDraw, Adobe Illustrator, Adobe InDesign		
<b>6.3.2 Перечень информационных справочных систем</b>			
7.3.2.1	Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>		
7.3.2.2	Elibrary.ru: научная электронная библиотека– Режим доступа: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a>		

<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
7.1	Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием, персональными компьютерами (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ

7.2	Помещение для самостоятельной работы, оснащенная персональным компьютером (в комплекте) с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ
-----	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Зачет с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов учебной дисциплины на основании результатов обучения по дисциплинам модуля. Обучающийся обязан прибыть на зачет вовремя, имея с собой зачетную книжку, без которой проведение зачета не разрешается. Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняем процедуру и сроки проведения второго зачета, которую следует проводить после окончания сессии. Тщательный анализ результатов зачетов самим преподавателем, обсуждение результатов на кафедре помогают преподавателю сделать соответствующие выводы для дальнейшей работы - на какие темы курса обратить дополнительное внимание, какие методы и формы обучения усиливать как более эффективные. Итогом освоения дисциплины является дифференцированный зачет. Итоговый балл представляет собой среднее арифметическое от суммы баллов за каждую работу, сданную в установленный срок с учетом поставленных преподавателем условий и с надлежащим качеством исполнения.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д.КРЯЧКОВА»  
(НГУАДИ)**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины

**«Визуальные коммуникации»**

Учебный план: 42.03.01\_2023\_РиО.

Направление подготовки (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Креативный продукт в сфере культуры и искусства

**1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине**

**Таблица 1**

Код Компетений	Оценочные средства	Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-81 балл (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)
ПК-1	Контрольная работа Зачет по результатам практических занятий	выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	пороговый уровень дает общее представление о действии основных правил и законов в области русского языка, о построении процесса коммуникации на родном языке в зависимости от ситуации общения Оценка «удовлетворительно» ставится обучающимся, которые могут продолжить обучение в высшем учебном заведении. Для выполнения профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения желательно посещение дополнительных занятий по соответствующей дисциплине	базовый уровень дает представление о действии основных правил и законов в области русского языка, умении выстраивать процесс коммуникации на родном языке в зависимости от ситуации общения Оценка «хорошо» ставится обучающимся, которые могут продолжить обучение в высшем учебном заведении. Для выполнения профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения посещение дополнительных занятий по соответствующей дисциплине не требуется	повышенный уровень дает углубленное представление о действии правил и законов в области русского языка, умении выстраивать сложный процесс коммуникации на родном языке в зависимости от разнообразных ситуаций общения Оценка «отлично» ставится обучающимся, готовым к использованию специфики современного русского языка в своей профессиональной деятельности.



**2. 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.**

### **Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа**

#### **Контрольная работа № 1**

Выполнение задания №1 «Анализ аналогов» по основным рекламоносителям предложенной компании, с выбором аналогов по направлению деятельности.

Выполнение задания №2 «Реферат» - описательная часть по рекламоносителям.

Текущий контроль № 2.

Выполнение задания №3 «Рекламная кампания» - выбор рекламной идеи-сценария, поиск графической идеи, составление описательной концепции рекламной кампании.

Выполнение задания №4 «Выполнение курсового проекта» - визуализация рекламной идеи-сценария, разработка рекламоносителей, их графическая реализация (3 основных и 2 по выбору из ТЗ).

Выполнение задания №5 Составление «Реферата-приложения» к курсовому проекту и презентации, содержащего описательную концепцию рекламной компании и прототипы рекламоносителей в масштабе.

#### **Текущий контроль успеваемости - Контрольная работа №2**

#### **Контрольная работа № 2**

##### **ТЕХНОЛОГИЯ АНАЛИЗА РЕКЛАМОНОСИТЕЛЕЙ:**

1. Рассмотреть модульную сетку.
2. Композицию.
3. Цветовую гамму и шрифт.
4. Расположение и использование логотипа (отметить + и -, насколько удачно считывается информация о самой компании).
5. Идеино-образное воплощение (сочетание изображений, слогана, концепции, соответствие целевой аудитории).
6. Дополнительная информация.

##### **ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ НА РАЗРАБОТКУ И РЕАЛИЗАЦИЮ**

##### **ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИИ:**

###### **Информация о Компании**

- Название
- Контактные данные: адрес компании, электронная почта, интернет-сайт
- Род деятельности
- Конкурентные преимущества
- Потребители
- Конкуренты
- Дополнительная информация о Компании (не вошедшая по каким-то причинам в предыдущие пункты)

###### **Информация о рекламируемом продукте (или услуге)**

1. Выбрать предмет рекламы (продукт или услуга)
2. Обозначить целевую аудиторию (определить потребителя)
3. Определить цель рекламной компании (продвижение товара или услуги, повышение спроса и т.п.)
4. Обозначить задачи рекламной компании (создать привлекательный, запоминающийся образ и т.п.)
5. Указать конкурентные преимущества — уникальность предложения

6. Включить необходимую дополнительную информацию (по усмотрению)

#### **Информация о существующем фирменном стиле**

- Логотип — стилистика, образ, идея
- Фирменные цвета — в «Pantone» или CMYK
- Фирменные шрифты — основной шрифт и наборный
- Графические элементы, образы, персонажи — особенности, характер

размещения, образность

- Модульная сетка (анализ существующих рекламоносителей)— структура и тип компоновки рекламных сообщений

- Описание других элементов фирменного стиля, использующихся в настоящий момент — наличие и описание (примеры печатной или наружной рекламы и т.п.)

#### **Состав задания**

1. Обозначить цель рекламной компании
2. Определить идею и выбрать способы продвижения товара или услуги
3. Обосновать стиль подачи рекламной информации (классический, модернистский, гранжевый, живописный, минималистический и т.п.)
4. Создать слоган для рекламной компании, подобрать текстовую информацию
5. Выбрать графические приемы, отражающие направление деятельности компании, в соответствии с целями и задачами рекламы
6. Определить объем, характер и содержание графической информации
7. Подобрать иллюстрации
8. Предложить и обосновать цветовое решение

Задействовать необходимые рекламоносители (3 основных, 2 по желанию)

— **Полиграфия** (листовка А5/А6 или флаер)

— **Рекламный макет для журнала или газеты** (полоса или ½ полосы)

— **Макет для наружной рекламы** (баннер 3x6 м. /3x12 м. или брендмауэр)

— Реклама на транспорте (апликация на автобус или автомобиль)

— Деловая документация (визитка, бланк письма, конверт)

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

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

#### **Вопросы для самоконтроля по дисциплине «Визуальные коммуникации»:**

1. «Реклама». Понятие, история возникновения.
2. Основные виды и функции рекламы.
3. Формы передачи информации: преимущества и недостатки.
4. Цели и приемы рекламы.
5. Модель рекламного обращения Э. Левиса.
6. Дизайн рекламы. Расшифровка понятия и основных задач.
7. Принципы использования элементов дизайна.
8. Рекламная стратегия и рекламная идея.
9. Значение фирменного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы.
10. Цвет, форма и шрифт: методика выбора, использование в рекламных целях.

11. Печатная реклама: основные виды и особенности.
12. Наружная реклама: основные виды и особенности.
13. Ошибки при создании печатной и наружной рекламы.
14. Реклама на транспорте как вид рекламы.
15. Реклама в средствах массовой информации как вид рекламы.
16. Реклама на местах продаж. Примеры.
17. Виды сувенирной рекламной продукции и ее специфика.
18. Бренд: понятие, функции, основные составляющие.
19. Системы восприятия и принципы построения логотипа.
20. Слоган: типы и функции.
21. Фирменная документация как объект графического дизайна.
22. Классификация печатной бумаги.
23. Классификация баннерных материалов. Виды виниловых баннеров.
24. Креативная реклама: ее недостатки и преимущества.
25. Современные способы печати полиграфической продукции.
26. Особенности широкоформатной печати: основные требования к файлам.
27. Особенности офсетной и цифровой печати: требования к файлам.
28. Специфика рекламного творчества дизайнера.
29. Закон РФ «О рекламе». Его основные положения.
30. Рекламный кодекс: российский и международный.

### **Промежуточная аттестация – Зачет с оценкой** **Зачет с оценкой**

Зачет с оценкой – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов дисциплины на основании результатов обучения в семестре.

Зачет с оценкой выставляется обучающемуся в конце семестра и представляет собой среднее арифметическое баллов заработанных обучающимся в ходе обучения в семестре. В случае необходимости (неудовлетворительная работа в течение года, желание повысить оценку) обучающийся сдает несколько пересказов текстов по выбору преподавателя или проходит собеседование по изученным темам. Выполненные письменные контрольные работы размещаются обучающимися в ЭИОС НГУАДИ. Сдача пересказов по пройденным разговорным темам происходит устно и оценивается во время проведения практических занятий. Студентам, получившим незачет, поясняем процедуру и сроки проведения пересдачи зачета.