

**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 № 60 от 27.01.2025

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор НГУАДИ

\_\_\_\_\_ Н.В. Багрова

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 202\_ г.

## Дизайн и рекламные технологии

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Коммуникационного дизайна**  
Учебный план 42.03.01\_2023\_РиО\_3.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 3

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	15 5/6		уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
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):

*доктор культурологии , профессор кафедры ГИСЭД, Паршукова Г.Б.*

Рецензент(ы):

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

Рабочая программа дисциплины

**Дизайн и рекламные технологии**

разработана в соответствии с:

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 27.01.2025 протокол № 60.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Коммуникационного дизайна**

Протокол от 17.09.2024 г. № 2

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой М.Г. Нечаев

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.1	Целью освоения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с ФГОС ВО в предметной области дисциплин в области коммуникативного дизайна в креативных индустриях и изучение языка рекламы для использования его в качестве инструментария для создания эффективного дизайна рекламной продукции.
-----	--

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП**

Цикл (раздел) ООП:		Б1.О
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>	
2.1.1	Визуальные коммуникации	
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>	
2.2.1	Ивент-менеджмент	
2.2.2	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

**3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)****ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**

<b>Знать:</b>	
Уровень 1	Методологию определения запросов целевой аудитории
<b>Уметь:</b>	
Уровень 1	Подбирать методы и инструменты PR с учетом особенностей целевой аудитории
<b>Владеть:</b>	
Уровень 1	Навыками создания коммуникационных продуктов на основании комплексных исследований в сфере креативных индустрий

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	ОПК-4.1.1 Методы определения основных параметров и запросов целевой аудитории в рекламной деятельности.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	ОПК-4.2.3 Подбирать методы и инструменты PR в соответствии с характеристиками целевой аудитории.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	ОПК-4.3.1 Навыками создания коммуникационных продуктов на основании комплексных исследований запросов и потребностей общества и аудитории.

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

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	<b>Раздел 1. Теоретический курс.</b>					
1.1	Вводная часть. Понятие рекламы /Лек/	3	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1	
1.2	Виды, средства и задачи рекламы. Рекламное обращение и его составляющие. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе. Основные изобразительные элементы «текстовых» рекламных материалов. /Лек/	3	4	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1	
1.3	Рекламная кампания, ее цели и целевые группы. Федеральный закон «О рекламе». Требования к рекламе. Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная, скрытая реклама. /Лек/	3	4	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1	

1.4	Психолингвистические особенности визуальной рекламы. Рекламная кампания, ее цели и целевые группы. /Лек/	3	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
1.5	Графические рекламные носители. Технологии производства печатной и наружной рекламы. Интернет реклама. Реклама на местах продаж. Директ-мейл. /Лек/	3	4	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
1.6	Контрольная работа по пройденному материалы /Контр.раб./	3	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.4 Э1
<b>Раздел 2. Практическая часть</b>					
2.1	Вводная часть. Основные требования к дизайну рекламных материалов и особенности их размещения. /Пр/	3	1	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.2	Рекламная продукция компании. /Пр/	3	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.3	Блок ЛОГОТИП. /Пр/	3	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.4	Блок ДОКУМЕНТАЦИЯ /Пр/	3	1	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.5	Блок СУВЕНИРНАЯ РЕКЛАМА. /Пр/	3	1	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.6	Блок ФИРМЕННАЯ ОДЕЖДА. /Пр/	3	1	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.7	Блок ОСНОВЫ ПРЕДПЕЧАТНОЙ ПОДГОТОВКИ. /Пр/	3	1	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.8	Блок ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ. /Пр/	3	1	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
2.9	Контрольная работа по пройденному материалы /Контр.раб./	3	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.4 Э1
<b>Раздел 3. Самостоятельные практические работы</b>					
3.1	Консультации /Пр/	3	6	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
3.2	Выполнение практических заданий /Ср/	3	70	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.3 Л2.4 Э1
3.3	По всем темам и разделам дисциплины /ЗачётСОц/	3	2	ОПК-4	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.3 Л2.4 Э1

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

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

Компетенция не сформирована (неудовлетворительно, 0-30 баллов): У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.

Пороговый уровень (удовлетворительно, 31-50 баллов): Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень даёт общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач.

Базовый уровень (хорошо, 51-80 баллов): Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет

решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам.

Продвинутый уровень (отлично, 81-100 баллов): Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

### **5.2. 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 - Устный опрос «Теория дизайна и брендинга».

Задание: проанализировать понятия «Дизайн и рекламные технологии» и «Брендинг».

Устный опрос проводится на семинарских занятиях.

Преподаватель задает студенту 2-3 вопроса из приведенного списка для проверки базовых теоретических знаний.

Вопросы для устного опроса

1. Перечень вопросов для устного опроса:
2. Дайте определение понятию «Дизайн».
3. Дайте определение понятию «Рекламные технологии».
4. Что такое брендинг и чем он отличается от бренда?
5. Что такое "айдентика" (фирменный стиль)?
6. Назовите 5 ключевых элементов фирменного стиля.
7. Что такое "логотип"? Назовите 3 основных типа логотипов.
8. Что такое «брендбук» и чем он отличается от "гайдлайна"?
9. Объясните разницу между цветовыми моделями RGB и CMYK.
10. Что такое "типографика"?
11. Что такое "инфографика"?

Текущий контроль успеваемости - Практическое задание

Примеры практических заданий:

Задание №1: сделать сравнительный анализ видов рекламы с представлением преимуществ и недостатков каждого вида рекламы.

Задание №2: Анализ рекламного плаката.

1. Анализ воздействия по модели AIDA (5 плакатов)
2. Анализ на применение в плакатах рекламных приемов (штампов)

Задание №3: Анализ рекламных сообщений по модели AIDA. Проанализировать рекламные сообщения (не менее 15), исходя из модели рекламного воздействия AIDA (можно использовать любой ресурс по выбору студента). Заполнить таблицу.

Промежуточная аттестация - зачет с оценкой

Зачет с оценкой выставляется по итогу сдачи практической работы, содержащей:

Разработанный веб-сайт на платформе «Тильда» со статьями, созданными за курс по дисциплине (ОПК-4). Ответ на задание должен быть загружен в систему ЭИОС.

Требования к работе:

1. Создать домен и озаглавить статьи.
2. Формат заголовка статьи H1 — Title: название кол-во знаков 60, Description: описание (около 160 символов), H2 — заголовки, H3 — заголовки, основной текст- не менее 2500 знаков без пробелов.
3. Бейдж 1600 x 900 или 1920 x 1080
4. Иллюстративный материал. Подписать ALT изображениям для улучшения индексации поисковых системах.

### **5.3. 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

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

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

### **6.1. Рекомендуемая литература**

#### **6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
--	---------------------	----------	-------------------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Овчинникова Р. Ю., Дмитриева Л. М.	Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017
Л1.2	Сайкин Е. А.	Основы дизайна: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018
Л1.3	Заможных Е. А., Срыбная П. И.	Рекламные технологии: учебное пособие (курс лекций)	Ставрополь: Северо- Кавказский федеральный университет, 2018

### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	, Веселова Ю.В., авт.- сост.	СОЦИАЛЬНАЯ реклама. Плакат: учеб. пособие	Новосибирск: , 2011
Л2.2		Основы рекламы: учебное пособие	Саратов: Научная книга, 2012
Л2.3	Захаров Е. Е.	Основы рекламы: учебное пособие	Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2012
Л2.4	Курушин, В. Д.	Графический дизайн и реклама	Саратов: Профобразование, 2024

### 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	ЭОР НГУАДИ по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» - <a href="https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1447">https://portal.nsuada.ru/course/view.php?id=1447</a>		
<b>6.3.1 Перечень программного обеспечения</b>			
7.3.1.1	Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64.		
<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>		

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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)

Самостоятельная работа является видом учебной деятельности обучающегося, который осуществляется во внеаудиторное время. Целью самостоятельной работы является углубленное усвоение учебного материала, развитие способностей, творческой активности, проявление индивидуального интереса к изучению отдельных тем и вопросов дисциплины. В процессе самостоятельной работы у обучающегося могут возникнуть вопросы, уяснить которые необходимо, используя индивидуальные консультации преподавателя. Образовательные технологии самостоятельной работы включают в себя: проработку рекомендуемой литературы по темам программы; доработку конспектов лекций, работу с учебно-методическими материалами

по дисциплине; подготовку к занятиям семинарского типа – к семинарам, практическим занятиям, практикумам, лабораторным работам, и иным аналогичным занятиям, и (или) групповым консультациям, и (или) индивидуальную работу (в том числе индивидуальные консультации), к каждому занятию обучающийся готовится в соответствии с учебно-тематическим планом; предварительное ознакомление с темой занятий лекционного типа (лекцией и иными учебными занятиями, предусматривающими преимущественную передачу учебной информации), в соответствии с учебно-тематическим планом, позволяет лучше усвоить материал будущего занятия, разобраться в проблемных вопросах, активно работать на занятиях;

проведение обучающимся самоконтроля усвоения тем дисциплины путем решения тестов, задач, заданий и упражнений, ответов на контрольные вопросы, содержащихся в оценочных и методических материалах по дисциплине;

в рамках научно-исследовательской работы обучающийся осуществляет подбор и систематизацию материалов теме НИР, аннотацию научных работ по конкретным темам; изучение дополнительной литературы, электронных материалов; написание тезисов, статей (индивидуально и совместно с преподавателями), подготовку докладов, сообщений; аналитический разбор научных публикаций по определенной проблеме; подготовку аналитической записки по конкретной ситуации; участие в

разработке и оформлении научного проекта; участие в подготовке и проведении студенческих научных конференций; участие в конференциях; выполнение научно-исследовательских проектов и грантов; участие в конкурсах молодых ученых и т.д.

в рамках научного исследования аспиранта выполняет научно-исследовательскую деятельность которая включает в себя: формулировку теоретических задач, разработку методологии научного исследования сбор и проведение различных видов анализа материала, оценку достоверности источников, аннотирование научной литературы, написание и публикацию научных трудов, участие с устными докладами на региональных, всероссийских и/или международных конференциях и симпозиумах, участие в выполнении научных грантов, подготовку и написание научных обзоров, а также написание отчетов по результатам научных исследований.

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

**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 и промежуточной аттестации**

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины (практики)

**Дизайн и рекламные технологии**

Учебный план: 42.03.01\_2023\_РиО.plx

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

Профиль: Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях

Составитель: профессор кафедры  
Гуманитарных и социально-  
экономических дисциплин,  
доктор культурологии, Паршукова Г.Б.

Рассмотрен и рекомендован  
для использования в учебном процессе  
на заседании кафедры Коммуникационного дизайна  
Протокол от 17.09.2024 г. № 2,  
зав.кафедрой КД, кандидат искусствоведения,  
доцент Нечаев М.Г.

Новосибирск 2024

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) включает материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Целью текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА) является контроль освоения запланированных по дисциплине знаний и умений, направленных на формирование у обучающихся компетенций в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
ОПК-4	ОПК-4.1.1 Методы определения основных параметров и запросов целевой аудитории в рекламной деятельности; ОПК-4.2.3 Подбирать методы и инструменты PR в соответствии с характеристиками целевой аудитории; ОПК-4.3.1 Навыками создания коммуникационных продуктов на основании комплексных исследований запросов и потребностей общества и аудитории.

## 2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### Оценочное средство 1: Устный опрос «Теория дизайна и брендинга» (ОПК-4).

**Задание:** проанализировать понятия «Дизайн и рекламные технологии» и «Брендинг».

Устный опрос проводится на семинарских занятиях. Преподаватель задает студенту 2–3 вопроса из приведенного списка для проверки базовых теоретических знаний.

#### Список вопросов для устного опроса

1. Перечень вопросов для устного опроса:
2. Дайте определение понятию «Дизайн».
3. Дайте определение понятию «Рекламные технологии».
4. Что такое брендинг и чем он отличается от бренда?
5. Что такое айдентика (фирменный стиль)?
6. Назовите 5 ключевых элементов фирменного стиля.
7. Что такое логотип? Назовите 3 основных типа логотипов.
8. Что такое брендбук и чем он отличается от гайдлайна?
9. Объясните разницу между цветовыми моделями RGB и CMYK.
10. Что такое типографика?
11. Что такое инфографика?

#### Критерии оценивания устного опроса:

Критерии	Балл	Описание
Правильность ответа	20	Соответствие содержания ответа заданной теме, отсутствие фактических ошибок.
Полнота ответа	20	Представление максимальных знаний по дисциплине.
Обоснованность	20	Наличие аргументации. Использование

ответа		научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Структурность и соблюдение логики	15	Умение выстроить целостный ответ; правильная последовательность изложения аргументов.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, отвечать на дополнительные вопросы, вести дискуссию.
Грамотность изложения	10	Соблюдение норм литературного языка, использование специальной терминологии.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

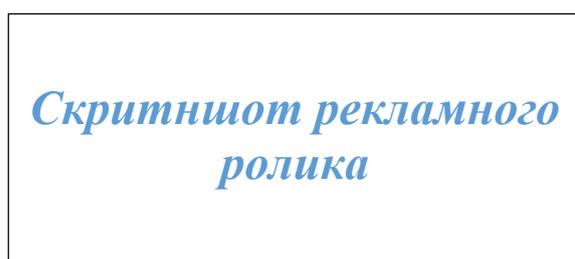
## Оценочное средство 2: Практическое задание «Виды рекламы» (ОПК-4).

**Задание 1:** заполните таблицу сравнительного анализа.

### Преимущества и недостатки рекламы различных видов

Вид рекламы	Преимущества	Недостатки
Реклама в прессе	1.... 2..... 3.....	1... 2... 3...
Реклама на радио		
Реклама на ТВ		
Печатная реклама		
Реклама в местах продаж		
Реклама на транспорте		
Сувенирная реклама		
Директ-мейл		
.....		

**Задание 2:** проведите анализ выбранного видеоролика, заполните таблицу.



## Анализ эффективности рекламного ролика

Рекомендация для эффективной рекламы	Оценка конкретного ТВ-ролика
главное – интересная визуализация (зритель запоминает в первую очередь то, что видит, а не то, что слышит);	
визуализация должна быть четкой и ясной;	
привлечь внимание зрителя надо в первые пять секунд, иначе интерес пропадет; телерекламу лучше построить так, чтобы она не заставляла думать, а помогала сразу воспринять ее суть;	
сюжет лучше построить не вокруг неживого предмета, а вокруг человека, пользующегося им;	
не надо многословия — каждое слово должно работать.	

### Критерии оценивания практического задания:

Критерии	Балл	Описание
Правильность ответа	20	Соответствие содержания работы заданию, отсутствие фактических ошибок.
Глубина анализа темы	15	Исследование темы в контексте исторических, социокультурных, экономических и прочих факторов.
Структурность и логика изложения	15	Четкая композиция: введение, основная часть, выводы. Логичная подача материала.
Аргументация и использование источников	20	Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, предлагать новые идеи.
Оформление и грамотность	15	Соответствие академическим требованиям, ясность и доступность изложения, грамотность, корректность цитирования.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

### Оценочное средство 3: Письменная практическая работа «Анализ рекламного плаката» (ОПК-4).

**Задание 1:** провести анализ предложенных рекламных плакатов.

- 1) Анализ воздействия по модели AIDA (5 плакатов).
- 2) Анализ на применение в плакатах рекламных приемов (штампов).

**Задание 2:** проанализировать рекламные сообщения (не менее 15), исходя из модели рекламного воздействия AIDA (можно использовать любой ресурс по выбору студента). Заполнить схему.

Внимание (attention) – Должно проявиться, так как...

Интерес (interest) – Проявится в связи с тем, что...

Желание (desire) – Должно возникнуть у зрителя потому, что...

Действие (action) – Имеется призыв к...

**Критерии оценивания письменной практической работы:**

Критерии	Балл	Описание
Правильность ответа	20	Соответствие содержания работы заданию, отсутствие фактических ошибок.
Глубина анализа темы	15	Исследование темы в контексте исторических, социокультурных, экономических и прочих факторов.
Структурность и логика изложения	15	Четкая композиция: введение, основная часть, выводы. Логичная подача материала.
Аргументация и использование источников	20	Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, предлагать новые идеи.
Оформление и грамотность	15	Соответствие академическим требованиям, ясность и доступность изложения, грамотность, корректность цитирования.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

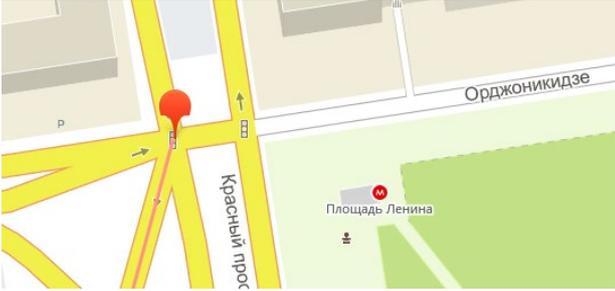
**Оценочное средство 4: Практическая работа на тему «Эмбиент-реклама».**

**Задание**

1. Составить свой личный рейтинг лучшей эмбиент-рекламы (топ-15). Заполнить таблицу в соответствии с приведенным образцом.

Картинка	Рекламируемый объект	Причины включения в список лучших
	<i>Шоколадные изделия KitKat</i>	<i>Оригинально обыгран носитель, малозатратно</i>

2. Найти в Новосибирске не менее 5 эмбиент-объектов. Подготовить отчет.
3. В отчет внести фотографии выявленных объектов с указанием адреса.

Фотография объекта	Адрес
	 <p data-bbox="898 517 1449 555">Перекресток улицы XXX и улицы XXX</p>

### Критерии оценивания практической работы:

Критерии	Балл	Описание
Правильность ответа	20	Соответствие содержания работы заданию, отсутствие фактических ошибок.
Глубина анализа темы	15	Исследование темы в контексте исторических, социокультурных, экономических и прочих факторов.
Структурность и логика изложения	15	Четкая композиция: введение, основная часть, выводы. Логичная подача материала.
Аргументация и использование источников	20	Использование научных, статистических и практических данных, ссылки на авторитетные источники.
Критическое осмысление и оригинальность	15	Способность анализировать тему, делать самостоятельные выводы, предлагать новые идеи.
Оформление и грамотность	15	Соответствие академическим требованиям, ясность и доступность изложения, грамотность, корректность цитирования.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

### 3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

**Форма промежуточной аттестации** – зачет с оценкой.

Зачет с оценкой – вид промежуточной аттестации, в результате которого обучающийся получает оценку по четырехбалльной шкале («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»). Основой для определения оценки на зачете с оценкой служит объем и уровень усвоения студентами материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Зачет с оценкой по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» выставляется по итогам выполнения практической работы, включающей разработку веб-сайта на платформе «Гильда» со статьями, созданными за курс по дисциплине (ОПК-4).

#### Задание и требования к выполнению практической работы

1. Создать домен и озаглавить статьи.
2. Формат заголовка статьи H1 – Title: название кол-во знаков 60, Description: описание (около 160 символов), H2 – заголовки, H3 – заголовки, основной текст – не менее 2500 знаков без пробелов.
3. Бейдж 1600 x 900 или 1920 x 1080.
4. Иллюстративный материал. Подписать ALT изображениям для улучшения индексации поисковых системах.

#### Критерии оценивания практической работы:

Критерии	Балл	Описание
Корректность On-Page SEO (Мета-теги и H1)	30	Корректное заполнение ключевых SEO-элементов в настройках страницы (статьи).
Структура и форматирование текста статьи	20	Объем и читаемость текста.
Оптимизация визуального контента (Изображения и ALT)	20	Работа с изображениями и их SEO-атрибутами.
Техническая реализация и "Человеко-понятные" URL	20	Настройки сайта и ссылок.
Общее качество и релевантность контента	10	Насколько все элементы (текст, заголовки, изображения) работают вместе.
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	

#### Критерии выставления оценки:

Не сформирована 0-30 баллов (неудовлетворительно)	Пороговый уровень 31-50 баллов (удовлетворительно)	Базовый уровень 51-80 баллов (хорошо)	Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично)
Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий.	Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач	Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам	Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности,

			при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении
--	--	--	---