МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 42

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель образовательной программы

доц.,к.т.н.
(должность, уч. степень, звание)

В.А. Миклуш
(инициалы, фамилия)

(подпись)

«29» января 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Дизайн и оформление средств массовой информации»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	09.03.02
Наименование направления подготовки/ специальности	Информационные системы и технологии
Наименование направленности/ специализации	Информационные технологии в медиаиндустрии
Форма обучения	очная
Год приема	2026

Санкт-Петербург– 2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

Ст.преподаватель	29.01.2026	Т.А. Суетина
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 42
«29» января 2026 г, протокол № 05/2025-26

Заведующий кафедрой № 42

д.т.н.,доц.	29.01.2026	С.В. Мичурин
(уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №4 по методической работе

доц.,к.т.н.	29.01.2026	А.А. Фоменкова
(должность, уч. степень, звание)	(подпись, дата)	(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Дизайн и оформление средств массовой информации» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 09.03.02 «Информационные системы и технологии » направленности «Информационные технологии в медиаиндустрии». Дисциплина реализуется кафедрой «№42».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-3 «Способен разрабатывать техническую документацию на продукцию в сфере информационных технологий, управления технической информацией»

ПК-4 «Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению информационных ресурсов, создавать объекты визуальной информации»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с получением студентами теоретических знаний и практических навыков в области графического дизайна, ознакомление с процессом создания визуального образа газет, журналов, основами макетирования, типографии, колористики, технологического процесса создания печатных СМИ, инфографики и деловой графики. Также предполагается знакомство с законами РФ, необходимыми нормативными документами, психологическими закономерностями восприятия изображения, оказывающими влияние на эстетику создаваемого образа.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные работы, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский »

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Получение студентами необходимых знаний, умений и навыков в области графического дизайна, ознакомление с процессом создания визуального образа, технологического процесса создания печатных СМИ, инфографики и деловой графики, как программных средств для решения практических задач, компонентов информационных систем. Предоставление возможности обучающимся развивать и предоставлять навыки в области построения формальных композиций, цветовых композиций, коррекции перспектив, создании оптических иллюзий, дизайн ассоциативных и образных изображений, дизайн элементов фирменного стиля.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-3 Способен разрабатывать техническую документацию на продукцию в сфере информационных технологий, управления технической информацией	ПК-3.В.1 владеть навыками разработки концепции технической статьи
Профессиональные компетенции	ПК-4 Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению информационных ресурсов, создавать объекты визуальной информации	ПК-4.З.2 знать современные технологии и компьютерные средства разработки web и мультимедийных приложений; основы web-дизайна; компьютерную графику; основы трехмерного моделирования объектов ПК-4.В.1 владеть навыками разработки web- и мультимедийных информационных ресурсов; проектирования интерфейсов

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- Информатика;
- Информационные технологии;
- Компьютерная графика;

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

– « Интернет-маркетинг»

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№8
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	3/ 108	3/ 108
Из них часов практической подготовки	20	20
Аудиторные занятия, всего час.	40	40
в том числе:		
лекции (Л), (час)	20	20
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)		
лабораторные работы (ЛР), (час)	20	20
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	27	27
Самостоятельная работа, всего (час)	41	41
***Вид промежуточной аттестации*:** зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 8					
Раздел 1. Зрительное восприятие формы и пространства Тема 1.1.Основные свойства зрительного восприятия. Тема 1.2.Графические иллюзии на изображениях Тема 1.3. Перспектива в изображении	4		4		6
Раздел 2. Инфографика Тема 2.1 Виды инфографики. Принципы построения инографики Тема 2.2. Информационные ресурсы для инфографики	2		4		6
Раздел 3. Цвет Тема 3.1. Цветовые контрасты Тема 3.2. Воздействие цвета на человека	4		2		10
Раздел 4. Основы типографического дизайна Тема 4.1. Архитектура шрифта Тема 4.2. Библиотеки шрифтов и работа с ними	4		4		10
Раздел 5.Визуальные средства рекламы Тема 5.1. Классификация и виды рекламы Тема 5.2. Средства организации печатного материала Тема 5.3. Рекомендации по конструированию упаковки товара Тема 5.4. Рекомендации по созданию фирменного стиля Тема 5.5. Электронные методы создания рекламы Тема 5.6. Дизайн и оформление печатной рекламы Тема 5.7. Дизайн и оформление периодики Тема 5.8.Дизайн и оформление каталогов, таблиц, схем, финансовых сведений и бланков Тема 5.9. Стандартные ошибки дизайна и переделка оформления	6		4		9
Итого в семестре:	20		20		41
Итого	20	0	20	0	41

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Раздел 1 – Зрительное восприятие формы и пространства Тема 1.1 – Основные свойства зрительного восприятия. Последовательность. Избирательность. Реакция на движение. Запоминаемость. Целостность восприятия. Константность. Соотносительность. Тема 1.2 – Графические иллюзии на изображениях. Понятие иллюзорности восприятия. Иллюзии, возникающие при восприятии формы объекта. Иллюзии, возникающие при восприятии группы объектов. Иллюзии цвета и контраста. Эффект последействия. Иллюзии движения. Эффект персептивной готовности. Тема 1.3 – Перспектива в изображении. Виды перспектив. Основные способы коррекции перспективных изображений.
2	Раздел 2 – Инфографика

	Тема 2.1 – Виды инфографики и правила их применения. Принципы построения инфографики. Основные законы. Работа над формой. Равновесие на основе симметрии. Требования к шрифтам и цветовому оформлению. Основные ошибки дизайна инфографики. Тема 2.2 – Информационные ресурсы для инфографики. Платные и бесплатные ресурсы и их функциональные возможности.
3	Раздел 3 – Цвет Тема 3.1 – Цветовые контрасты. Контраст по тону. Контраст светлого и темного. Контраст хроматических и ахроматических цветов. Контраст холодного и теплого. Контраст дополнительных цветов. Симультанный контраст. Контраст по насыщенности. Контраст по площади цветовых пятен. Тема 3.2 – Воздействие цвета на человека. Физическое воздействие излучения на органы зрения. Оптическое воздействие цвета. Психологическое восприятие цвета. Выбор палитры для разных демографических групп. Влияние моды на цветовые предпочтения в объектах искусства.
4	Раздел 4 – Основы типографического дизайна Тема 4.1 – Архитектура шрифта. Основные элементы построения букв. Кегль. Линия шрифта. Основной штрих. Соединительный штрих. Засечка. Верхний выносной элемент. Нижний выносной элемент. Внутрибуквенный просвет. Наплыв. Моноширинные и пропорциональные шрифты. Проявление графических иллюзий в шрифтах. Курсивное и наклонное начертания. Характеристики наборного шрифта. Пункты. Цицеро. Интерлиньяж. Апрош. Трекинг. Кернинг. Шпация. Тема 4.2 – Библиотеки шрифтов и работа с ними. Классификация наборных шрифтов. Шрифты с засечками (антиква). Шрифты без засечек (гротески). Брусковые шрифты. Рукописные шрифты. Декоративные шрифты. Компьютерные технологии создания шрифтов. Векторно-ориентированный язык программирования PostScript. Организация библиотеки шрифтов. Программы для организации и работы с библиотеками шрифтов.
5	Раздел 5 – Визуальные средства рекламы Тема 5.1 – Классификация и виды рекламы. Основные понятия и определения. Классификация рекламы по целевой аудитории. Классификация по функциям и целям. Виды рекламы согласно законодательству РФ. Виды рекламы по месту и способу размещения. Тема 5.2 – Средства организации печатного материала. Интегрированные пакеты программ. Растровые графические редакторы. Векторные графические редакторы. Редакторы веб-страниц. Издательское программное обеспечение. Тема 5.3 – Рекомендации по конструированию упаковки товара. Упаковка продукта. Товарная этикетка. Функциональные требования к упаковке. Влияние дизайна упаковки и этикетки на продвижение товара. POS-материалы. Тема 5.4 – Рекомендации по созданию фирменного стиля. Понятие товарного знака и бренда. Основные стилеобразующие элементы фирменного стиля. Словесный товарный знак. Графический товарный знак. Фирменный блок. Цветовая гамма. Фирменный шрифт. Раздельная система верстки. Слоган. Символ фирмы, эмблема. Носители фирменного знака. Рекламная продукция и сувениры. Пример проектирования фирменного стиля. Разработка руководства по использованию фирменного стиля Тема 5.5 – Электронные методы создания рекламы. Стандартные макеты рекламной продукции. Подбор шрифта для основного текста. Продумывание стиля заголовка. Оптимальная ширина колонок. Подбор фотографий. Тема 5.6 – Дизайн и оформление печатной рекламы. Основные виды печатных документов. Как вызвать интерес к текстовому документу. Листовки. Плакаты. Буклеты. Визитные карточки. Тема 5.7 – Дизайн и оформление периодики. Дизайн печатной страницы. Выбор шрифта для текстового документа. Основные элементы публикации. Форма печатного документа. Требования к форме текста. Ритм. Членение. Тема 5.8 – Дизайн и оформление каталогов, таблиц, схем, финансовых сведений и бланков. Дизайн каталога продукции. Использование раздельной сетки. Влияние фирменного стиля. Тема 5.9 – Стандартные ошибки дизайна и переделка оформления. Излишнее декорирование – враг легкого восприятия. Нарушение равновесия. Разрыв композиции. Несочетаемые стилистические элементы. Неудачный подбор шрифта. Неудачный подбор цветовой гаммы.

Примечание: все лекции сопровождаются демонстрацией слайдов

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки,	№ раздела дисцип

				(час)	лины
Учебным планом не предусмотрено					
Всего					

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 8				
1	Иллюзии, возникающие при восприятии формы объекта	2	2	1
2	Коррекция перспективы	2	2	1
3	Дизайн формальной композиции	2	2	1
4	Дизайн композиции на основе цветового контраста	2	2	2,3
5	Дизайн буквицы для различных видов изданий	2	2	4
6	Дизайн огненного баннера для сайта	2	2	5
7	Разработка элементов инфографики	2	2	2
8	Дизайн оригинал-макета рекламной продукции	2	2	4,5
9	Верстка газетного листа	2	2	4,5
10	Макетирование обложки журнала	2	2	4.5
Всего		20		

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 8, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	21	21
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	41	41

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

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
004.92 К 78	Красильников Н.Н. Цифровая обработка 2D и 3D-изображений - СПб.: БХВ, 2011.- 608 с. Имеет гриф УМО по университетскому политехническому образованию	75
005 Ж52	Желязны, Джин Говори на языке диаграмм: пособие по визуальным коммуникациям/ Джин Желязны; пер. с англ. [А. Мучника и Ю.Корнилович]- 6-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 304 с.	10
004.92 Я 94	Яцюк О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004. – 240 с	11

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://e.lanbook.com/book/108463?category=1549 *Режим доступа: для авторизованных пользователей.*	Никулин, Е. А. Компьютерная графика. Оптическая визуализация : учебное пособие / Е. А. Никулин. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — 200 с.
https://e.lanbook.com/book/100592 *Режим доступа: для авторизованных пользователей.*	Хахаев, И.А. Графический редактор GIMP [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : , 2016. — 343 с.
https://e.lanbook.com/book/128862 *Режим доступа: для авторизованных пользователей.*	Компьютерная верстка (программа Adobe InDesign) : учебное пособие / В. В. Иванов, В. А. Фирсов, А. Н. Новиков, А. Ю. Манцевич. — Москва : РГУ им. А.Н. Косыгина, 2018. — 69 с

https://e.lanbook.com/book/135223?category=1549 *Режим доступа: для авторизованных пользователей.*	Шафрай, А. В. Графические редакторы дизайнера : учебное пособие / А. В. Шафрай. — Кемерово : КемГУ, 2019. — 102 с

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Бесплатный векторный графический редактор Inkscape
2	Бесплатный редактор GIMP
3	Бесплатный редактор Scribus

8.2. Перечень информационно-справочных систем,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	http://libgost.ru/ - Библиотека ГОСТов и нормативных документов
4	Федеральный закон «О рекламе » N 38-ФЗ

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Мультимедийная лекционная аудитория	
2	Компьютерный класс	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средствдля проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Экзаменационные билеты*; Задачи; Тесты.

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.
«хорошо» «зачтено»	Обучающийся: – твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код

		индикатора
1.	Основные свойства зрительного восприятия. Последовательность. Избирательность. Реакция на движение.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
2.	Основные свойства зрительного восприятия. Запоминаемость. Целостность восприятия. Константность. Соотносительность.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
3.	Графические иллюзии на изображениях. Понятие иллюзорности восприятия.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
4.	Иллюзии, возникающие при восприятии формы объекта.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
5.	Иллюзии, возникающие при восприятии группы объектов.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
6.	Иллюзии цвета и контраста. Эффект последействия.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
7.	Иллюзии движения. Эффект персептивной готовности.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
8.	Освещение, соотношение света и тени. Основные понятия. Солнечный и центральный типы освещения.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
9.	Светотеневой рисунок. Собственная тень. Падающая тень. Полутень. Блик. Свет. Рефлекс.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
10.	Особенности коррекции перспективы изображения.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
11.	Ценность произведений искусства. Распознавание образа и содержание художественного произведения. Выразительность графических средств.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
12.	Классификация шрифтов по способам воспроизведения. Архитектура шрифта. Основные элементы построения букв.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
13.	Библиотеки шрифтов и работа с ними. Программы для организации и работы с библиотеками шрифтов.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
14.	Компьютерные технологии создания шрифтов.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
15.	Организация библиотеки шрифтов.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
16.	Классификация и виды рекламы. Основные понятия и определения.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
17.	Классификация рекламы по целевой аудитории. Классификация по функциям и целям.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
18.	Виды рекламы согласно законодательству РФ.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
19.	Виды рекламы по месту и способу размещения.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
20.	Средства организации печатного материала.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
21.	Дизайн и оформление печатной рекламы. Основные виды печатных документов.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2
		ПК-4.В.1
22.	Дизайн и оформление периодики.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
23.	Дизайн печатной страницы.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
24.	Стандартные ошибки дизайна и переделка оформления.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
25.	Обосновать выбор графической схемы в виде диаграммы по предложенному материалу. Реализовать ее.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
26.	Построить древовидную структуру по предложенному описанию.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
27.	Основные элементы технического задания на разработку web-сайта.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
28.	Основные разделы руководства пользователя по использованию фирменного стиля.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
29.	Виды композиции. Фронтальная композиция. Фронтально-объемная композиция. Объемная композиция. Пространственная композиция.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
30.	Принципы построения композиции. Основные законы композиции. Работа над формой.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
31.	Виды симметрии. Равновесие несимметричной композиции. Равновесие на основе симметрии.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
32.	Смысловой центр композиции. Форматы фронтальной композиции.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
33.	Средства выразительности композиции. Пропорциональность и масштабность.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
34.	Золотое сечение. Гармоничные фигуры на основе золотого сечения. Распространенные пропорциональные соотношения.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
35.	Ритм. Приемы построения ритма. Тождество, контраст, нюанс. Роль материалов в композиции.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
36.	Типы фронтальной композиции. Сюжетно-изобразительная композиция. Декоративно-тематическая композиция.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
37.	Композиция предметных форм.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
38.	Формальная композиция. Принципы построения формальной композиции.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
39.	Анализ композиции. Выделение композиционного центра и второстепенных смысловых центров. Поиск активных линий. Анализ фигур и их расположения.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
40.	Природа цвета. Особенности восприятия интенсивности излучения органами зрения. Пороговый контраст.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
41.	Оптическая плотность. Кривая видности. Основные и дополнительные цвета. Локальное и пространственное смешение цветов.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
42.	Компьютерные цветовые модели. Понятие глубины цвета.	ПК-3.В.1

	Монохромное изображение. Индексированное изображение.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
43.	Модель RGB. Модель CMYK.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
44.	Модели HSV и HSB.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
45.	Модель CIELab.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
46.	Колориметрические круги. Понятия последовательного контраста и симультанного эффекта.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
47.	Круг естественных цветов по Гете. Большой цветовой круг Освальда.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
48.	Колориметрический круг Иттена. Использование колориметрического круга Иттена для нахождения гармоничных цветовых сочетаний.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
49.	Цветовые контрасты. Контраст по тону. Контраст светлого и темного.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
50	Контраст хроматических и ахроматических цветов.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
51	Контраст холодного и теплого. Контраст дополнительных цветов. Симультанный контраст.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
52	Контраст по насыщенности.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
53	Контраст по площади цветовых пятен.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
54	Воздействие цвета на человека. Физическое воздействие излучения на органы зрения.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
55	Оптическое воздействие цвета. Психологическое восприятие цвета.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
56	Выбор палитры для разных демографических групп.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
57	Влияние моды на цветовые предпочтения в объектах искусства.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
58	Разработать дизайн формальной композиции с учетом силовых линий, ритма и динамики.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
59	Разработать макет полиграфической рекламы на основе макета «окно», Мондриан, сетка, цирк.	ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
60	Разработать модульную сетку для обложки журнала.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1
61	Разработать макет страницы журнала.	ПК-3.В.1 ПК-4.3.2 ПК-4.В.1

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1	*Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.* Чем отличается цветовая модель RGB от модели CMYK? 1. RGB-цвет — это излучаемый цвет (свет), а CMYK-цвет — цвет отражаемый (краска). 2. RGB используется для цифровых изображений, а CMYK — для печатной продукции. 3. RGB — цветовая модель, по которой строятся цвета на экране. Основана на сложении цветов: красный, зелёный и синий смешиваются в разных пропорциях, чтобы получить другие оттенки. CMYK — цветовая модель, по которой формируется изображение для печати. Основана на вычитании цветов: голубой цвет вычитает из белого цвета красный, жёлтый — синий, а пурпурный — зелёный. 4. RGB — это цветовое пространство цифровой среды, его используют при работе с макетами, которые будут просматриваться на компьютерах, смартфонах или цифровых рекламных носителях. Цвета в RGB формируются за счёт отражённого света экрана: диоды по ту сторону монитора подсвечивают точку с разной интенсивностью, чтобы человек видел определённый оттенок. CMYK — это цветовая модель, с помощью которой формируется отпечатанное изображение . Основные цвета в цветовом пространстве CMYK: голубой (cyan), пурпурный (magenta), жёлтый (yellow) и чёрный (black). В отличие от модели RGB, в CMYK цвета не отражённые: они формируются путём смешивания и поглощения одного цвета другим.	ПК-1.З.1
2	*Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.* Основными целями рекламы являются: 1. Информирование потребителей. Передача потенциальным потребителям информации о товаре или услуге, их особенностях и преимуществах, а также об обновлениях и улучшениях существующей продукции. 2. Стимулирование спроса и увеличение продаж. Создание интереса и желания приобрести товар или услугу, убеждение потенциальных покупателей в превосходстве и преимуществах по	ПК-4.З.2

<table>
<tr><td></td><td>сравнению с аналогичными продуктами.
3. Формирование и поддержание положительного образа бренда. Создание восприятия бренда: компания может ассоциироваться с определёнными эмоциями, стилем жизни или ценностями, которые устанавливают связь с целевой аудиторией, упрощают потребителю выбор и усиливают его лояльность к бренду.
4. Побуждение к действию. Например, призывы к покупке, посещению магазина или сайта, получению дополнительной информации, участию в акциях или розыгрышах.
5. Привлечение новых клиентов. Реклама способствует расширению клиентской базы и увеличению объёма продаж.</td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.<table><tr><td>Реклама- это</td><td>А. информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке</td></tr><tr><td>Объект рекламирования - это</td><td>В. товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама</td></tr><tr><td>Не является рекламой</td><td>информация, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом</td></tr></table></td><td>ПК-4.В.1</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.
Укажите последовательность действий при согласовании наружной рекламы.
A. Получение разрешения
B. Выезд на место
C. Предварительное согласование</td><td>ПК-3.В.1</td></tr>
<tr><td></td><td>D. Разработка дизайн-макета
E. Разработка проектной документации
F. Сбор документов
G. Выдача пакета согласованных документов</td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
Как оценить эффективность рекламы?</td><td>ПК-3.В.1</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.
Основными рекламными средствами являются:
1. Наружная реклама. Графическая или текстовая информация о товаре или услуге, которая размещается на специальных временных или стационарных конструкциях.
2. Печатная реклама. Доступна читателям в любое время суток и рассчитана на визуальное восприятие. К ней относятся плакаты, проспекты, каталоги, буклеты, упаковки.
3. Телереклама. Обладает широким охватом аудитории. Для телерекламы используются слайды, кино и видеоролики.
4. Интернет-реклама. Распространёнными видами интернет-рекламы являются контекстная, баннерная и таргетированная.</td><td>ПК-4.В.1</td></tr>
<tr><td>7</td><td>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.
К наружной рекламе относят:
1. Билборд
2. Суперсайт
3. Лайтбокс
4. Штендер
5. Брандмауэр
6. Стела</td><td>ПК-4.З.2</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.
Социальная реклама — это некоммерческая реклама, направленная на привлечение внимания к проблемам общества. Её главная цель — в положительном воздействии на социум. Социальная реклама может решать следующие задачи:<table><tr><td>Информировать и заставлять задуматься</td><td>А. о конкретной проблеме</td></tr><tr><td>Побуждать к действию.</td><td>В. перевести деньги в благотворительный фонд, отдать вещи на переработку или стать волонтёром.</td></tr><tr><td>Изменить модель поведения.</td><td>не садиться за руль после употребления алкоголя.</td></tr></table></td><td>ПК-4.З.2</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.
Какова последовательность воздействия рекламы на потребителя:
A. Обработка
B. Эмоции
C. Усвоение</td><td>ПК-4.З.2</td></tr>
</table>

	D. Внимание	
10	*Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.* Каждая рекламная деятельность имеет свои особенности и область применения. Какие основные требования к рекламе?	ПК-4.В.1

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала .

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

– получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;

– получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;

– развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.

– появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;

– получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;

– научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);

– получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала:

Раздел 1. Зрительное восприятие формы и пространства

Тема 1.1.Основные свойства зрительного восприятия.

Тема 1.2.Графические иллюзии на изображениях

Тема 1.3. Перспектива в изображениях

Раздел 2. Инфографика

Тема 2.1 Виды инфографики. Принципы построения инографики

Тема 2.2. Информационные ресурсы для инфографики

Раздел 3. Цвет

Тема 3.1. Цветовые контрасты

Тема 3.2. Воздействие цвета на человека

Раздел 4. Основы типографического дизайна

Тема 4.1. Архитектура шрифта

Тема 4.2. Библиотеки шрифтов и работа с ними

Раздел 5.Визуальные средства рекламы

Тема 5.1. Классификация и виды рекламы

Тема 5.2. Средства организации печатного материала

Тема 5.3. Рекомендации по конструированию упаковки товара

Тема 5.4. Рекомендации по созданию фирменного стиля

Тема 5.5. Электронные методы создания рекламы

Тема 5.6. Дизайн и оформление печатной рекламы

Тема 5.7. Дизайн и оформление периодики

Тема 5.8.Дизайн и оформление каталогов, таблиц, схем, финансовых сведений и бланков

Тема 5.9. Стандартные ошибки дизайна и переделка оформления

11.2. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ.

В ходе выполнения лабораторных работ обучающийся должен углубить и закрепить знания, практические навыки, овладеть современной методикой и техникой эксперимента в соответствии с квалификационной характеристикой обучающегося. Выполнение лабораторных работ состоит из экспериментально-практической, расчетно-аналитической частей и контрольных мероприятий.

Выполнение лабораторных работ обучающимся является неотъемлемой частью изучения дисциплины, определяемой учебным планом, и относится к средствам, обеспечивающим решение следующих основных задач обучающегося:

– приобретение навыков исследования процессов, явлений и объектов, изучаемых в рамках данной дисциплины;

– закрепление, развитие и детализация теоретических знаний, полученных на лекциях;

– получение новой информации по изучаемой дисциплине;

– приобретение навыков самостоятельной работы с лабораторным оборудованием и приборами.

Задание и требования к проведению лабораторных работ

Вариант задания по каждой лабораторной работе обучающийся получает в соответствии с номером в списке группы. Перед проведением лабораторной работы обучающемуся следует внимательно ознакомиться с методическими указаниями по ее выполнению. В соответствии с заданием обучающийся должен подготовить необходимые данные, получить от преподавателя допуск к выполнению лабораторной работы, выполнить указанную последовательность действий, получить требуемые результаты, оформить и защитить отчет по лабораторной работе.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Отчет о лабораторной работе должен включать в себя: титульный лист, формулировку задания, теоретические положения, используемые при выполнении

лабораторной работы, описание процесса выполнения лабораторной работы, полученные результаты и выводы.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

По каждой лабораторной работе выполняется отдельный отчет. Титульный лист оформляется в соответствии с шаблоном (образцом) приведенным на сайте ГУАП (www.guap.ru) в разделе «Сектор нормативной документации». Текстовые и графические материалы оформляются в соответствии с действующими ГОСТами и требованиями, приведенными на сайте ГУАП (www.guap.ru) в разделе «Сектор нормативной документации».

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихсяявляются:

– учебно-методический материал по дисциплине;

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем проведения тестирования студентов с выставлением соответствующих баллов, которые учитываются при проведении промежуточной аттестации.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой