


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

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

В.А. Миклуш

(инициалы, фамилия)


(подпись)
«06» февраля 2025 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	Информационные технологии в дизайне
Форма обучения	очная
Год приема	2025

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

ст. преподаватель
(должность, уч. степень, звание)



06.02.2025
(подпись, дата)

Т.А. Суетина
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 42

«06» февраля 2025 г, протокол № 6/2024-25

Заведующий кафедрой № 42

д.т.н., доц.
(уч. степень, звание)



06.02.2025
(подпись, дата)

С.В. Мичурин
(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №4 по методической работе

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



06.02.2025
(подпись, дата)

А.А. Фоменкова
(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 дизайне». 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.

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

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.У.2 уметь разрабатывать требования к техническому документу и к комплекту технической документации; разрабатывать технические задания и спецификации требований; составлять календарный план выполнения полученного задания; разрабатывать описание системной или программной архитектуры; разрабатывать руководства пользователя
Профессиональные компетенции	ПК-4 Способен выполнять работы по созданию (модификации) и сопровождению информационных ресурсов, создавать объекты визуальной информации	ПК-4.3.2 знать современные технологии и компьютерные средства разработки web и мультимедийных приложений; основы web-дизайна; компьютерную графику; теорию композиции; цветоведение и колористику; основы трехмерного моделирования объектов; основы компьютерной обработки изображений

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:

- « Технические средства дизайна».

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)	4/ 144	4/ 144
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)	77	77
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. Понятие СМИ Тема 1.1. Основные понятия СМИ. Виды СМИ. Федеральный закон «О СМИ». Тема 1.2. Задачи и функции СМИ. Тема 1.3. Влияние СМИ на формирование общества.	4		6		12
Раздел 2. Инфографика Тема 2.1 Виды инфографики Тема 2.2. Принципы построения инфографики Тема 2.3. Информационные ресурсы для инфографики	2		2		10
Раздел 3. Печатные СМИ. Тема 3.1. Верстка газет Тема 3.2. Верстка журналов	4		4		12
Раздел 4. Электронные СМИ Тема 4.1. Веб-сайты Тема 4.2. Социальные сети	2		4		21

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. Конструктивные элементы дизайна Тема 5.7. Дизайн и оформление печатной рекламы Тема 5.8. Дизайн и оформление периодики Тема 5.9. Дизайн и оформление каталогов, таблиц, схем, финансовых сведений и бланков Тема 5.10. Стандартные ошибки дизайна и переделка оформления	8		6		22
Итого в семестре:	20		20		77
Итого	20	0	20	0	77

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. Понятие СМИ Тема 1.1. Основные понятия СМИ. Виды СМИ. Федеральный закон «О СМИ». Основные признаки СМИ. Электронные и печатные издания. ФЗ «О СМИ» Тема 1.2. Задачи и функции СМИ. Функции СМИ: информационная, культурологическая, развлекательная, функция социализации, экономическая. Задачи современных СМИ: образование, выражение общественных интересов, контроль власти, объединение граждан. Тема 1.3. Влияние СМИ на формирование общества. Формирование общественного мнения, навязывание поведенческих стандартов, влияние на ценностные ориентации, информационная функция.
2	Раздел 2 – Инфографика Тема 2.1 – Виды инфографики и правила их применения. Тема 2.2 – Принципы построения инфографики. Основные законы. Работа над формой. Равновесие на основе симметрии. Требования к шрифтам и цветовому оформлению. Основные ошибки дизайна инфографики.

	Тема 2.3 – Информационные ресурсы для инфографики. Платные и бесплатные ресурсы и их функциональные возможности.
3	Раздел 3. Печатные СМИ. Тема 3.1. Верстка газет. Особенности вёрстки газет. Структура газеты. Правила верстки газетных страниц. Тема 3.2. Верстка журналов Структура журналов. Верстка обложек. Верстка оглавлений. Верстка журнальных страниц .
4	Раздел 4. Электронные СМИ Тема 4.1. Веб-сайты. Виды сайтов. Особенности верстки. Тема 4.2. Социальные сети. Особенности соцсетей. Отличие соцсетей от других медиаформатов. Использование соцсетей в современном обществе.
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 – Конструктивные элементы дизайна. Современные стили в дизайне. Равноконтрастный ахроматический ряд. Светлотные диапазоны. Работа с белым пространством. Тема 5.7 – Дизайн и оформление печатной рекламы.

	Основные виды печатных документов. Как вызвать интерес к текстовому документу. Листовки. Плакаты. Буклеты. Визитные карточки. Тема 5.8 – 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 5.9 – Дизайн и оформление каталогов, таблиц, схем, финансовых сведений и бланков. Дизайн каталога продукции. Использование раздельной сетки. Влияние фирменного стиля. Тема 5.10 – Стандартные ошибки дизайнера и переладка оформления. Излишнее декорирование – враг легкого восприятия. Нарушение равновесия. Разрыв композиции. Несочетаемые стилистические элементы. Неудачный подбор шрифта. Неудачный подбор цветовой гаммы.
--	---

Примечание: Примечание: все лекции сопровождаются демонстрацией слайдов

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, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено					
Всего					

4.3. 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	Верстка газетной страницы	2	2	3
2	Верстка журнальной страницы	2	2	3
3	Дизайн буквицы для различных видов изданий	2	2	3
4	Дизайн текстовых эффектов	2	2	3
6	Дизайн элементов инфорафики	2	2	2,3
7	Полигональный 3D дизайн	4	4	5,4
8	Полигональный 2D дизайн	2	2	4
9	Дизайн паттерна для сайта	2	2	4

10	Дизайн рекламного плаката	2	2	4,5
	Всего	20		

4.4. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы
Учебным планом не предусмотрено

4.5. 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)	51	51
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	16	16
Всего:	77	77

5. Перечень учебно-методического обеспечения
для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

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
https://e.lanbook.com/book/128862	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/108463?category=1549	Никулин, Е. А. Компьютерная графика. Оптическая визуализация : учебное пособие / Е. А. Никулин. — Санкт-Петербург : Лань, 2018. — 200 с.	
https://e.lanbook.com/book/110518?category=1549	Сопроненко, Л. П. Фотография как средство композиции : учебно-методическое пособие / Л. П. Сопроненко, Д. А. Жукова. — Санкт- Петербург : НИУ ИТМО, 2017. — 68 с	
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
https://e.lanbook.com/book/100592	Хахаев, И.А. Графический редактор GIMP [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : , 2016. — 343 с.	
https://e.lanbook.com/book/98281	Зиновьева, Е.А. Компьютерный дизайн. Векторная графика: учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Екатеринбург : УрФУ, 2016	
https://e.lanbook.com/book/135223?category=1549	Шафрай, А. В. Графические редакторы	

	дизайнера : учебное пособие / А. В. Шафрай. — Кемерово : КемГУ, 2019. — 102 с	
https://e.lanbook.com/book/64984	Комаров, Н.М. Инновации в сервисе: использование инфографии [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.М. Комаров, В.О. Чулков. — Электрон. дан. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2014. — 124 с.	
https://e.lanbook.com/book/100291	Молочков, В.П. Основы цифровой фотографии [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : , 2016. — 187 с.	
https://e.lanbook.com/book/97360	Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с.	

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
http://www.compuart.ru/article.aspx?id=23152&iid=1066	В кругах цветной гармонии
http://inkscape.paint-net.ru/?id=3	Уроки в Inkscape
https://uroki-gimp.ru/lessons	Уроки в GIMP

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	Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 23.11.2024) "О средствах массовой информации"
2	http://libgost.ru/ - Библиотека ГОСТов и нормативных документов
3	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	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	– обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения;

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
	– свободно владеет системой специализированных понятий.
«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.
«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.
«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.

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 понятия СМИ. Виды СМИ.	ПК-3.У.2
2	Задачи СМИ	ПК-4.3.2
3	Функции СМИ	ПК-3.У.2
4	Влияние СМИ на формирование общества.	ПК-3.У.2
5	Виды инфографики и правила их применения.	ПК-3.У.2
6	Основные правила работы над инфографикой	ПК-3.У.2
7	Особенности верстки газет. Структура газеты.	
8	Правила верстки газетных страниц.	ПК-3.У.2
9	Структура журналов	ПК-3.У.2
10	Верстка журнальных обложек	ПК-3.У.2
11	Верстка журнальных страниц	ПК-3.У.2
12	Стандартные ошибки дизайнера и переладка оформления.	ПК-3.У.2
13	Виды сайтов. Особенности верстки.	ПК-4.3.2
14	Отличие соцсетей от других медиаформатов.	ПК-4.3.2
15	Использование соцсетей в современном обществе.	ПК-4.3.2
16	Классификация и виды рекламы. Основные понятия и	ПК-3.У.2

	определения.	
17	Классификация рекламы по целевой аудитории. Классификация по функциям и целям.	ПК-3.У.2
18	Виды рекламы согласно законодательству РФ.	ПК-3.У.2
19	Виды рекламы по месту и способу размещения.	ПК-3.У.2
20	Понятие товарного знака и бренда. Основные стилиобразующие элементы фирменного стиля	ПК-3.У.2 ПК-4.3.2
21	Словесный товарный знак. Графический товарный знак. Фирменный блок. Цветовая гамма. Фирменный шрифт	ПК-3.У.2 ПК-4.3.2
22	Носители фирменного знака. Рекламная продукция и сувениры.	ПК-3.У.2 ПК-4.3.2
23	Конструктивные элементы дизайна. Современные стили в дизайне.	ПК-4.3.2
24	Упаковка продукта. Виды упаковок	ПК-4.3.2
25	Задачи упаковки	ПК-4.3.2
26	Функции упаковки	ПК-4.3.2
27	Стандартные макеты рекламной продукции	ПК-4.3.2

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	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</p> <p>Чем социальная сеть отличается от мессенджера?</p> <ol style="list-style-type: none"> Основная функция. Для мессенджера это быстрый обмен сообщениями, для соцсети — создание контента и социальное взаимодействие. Приватностью. Мессенджер более приватный, общение в нём чаще происходит лично или в небольших группах. Социальная сеть более публичная, контент в ней часто виден широкому кругу пользователей. Контакты. В мессенджере общение, как правило, происходит с известными контактами, а в соцсети есть возможность находить новых людей по различным критериям. Формат контента. В мессенджере это преимущественно короткие 	ПК-4.3.2

	текстовые сообщения и медиафайлы. В социальных сетях контент более разнообразен, включает длинные посты, статьи, видео и другие форматы. 5. Хронология. В мессенджере есть только сообщения в режиме реального времени, а в соцсети ещё и лента новостей, которая может включать более старый контент.							
2	<i>Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</i> 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 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.	ПК-4.3.2						
3	<i>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.</i> <table><tr><td>Средства массовой информации- это</td><td>А. совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств</td></tr><tr><td>Массовая коммуникация- это</td><td>В. деятельность по сбору, обработке и распространению информации</td></tr><tr><td>Журналистика - это</td><td>деятельность по сбору, обработке и распространению достоверной информации с помощью СМИ</td></tr></table>	Средства массовой информации- это	А. совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств	Массовая коммуникация- это	В. деятельность по сбору, обработке и распространению информации	Журналистика - это	деятельность по сбору, обработке и распространению достоверной информации с помощью СМИ	ПК-4.3.2
Средства массовой информации- это	А. совокупность органов публичной передачи информации с помощью технических средств							
Массовая коммуникация- это	В. деятельность по сбору, обработке и распространению информации							
Журналистика - это	деятельность по сбору, обработке и распространению достоверной информации с помощью СМИ							
4	<i>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.</i> Укажите последовательность действий при согласовании наружной рекламы. А. Получение разрешения В. Выезд на место С. Предварительное согласование D. Разработка дизайн-макета Е. Разработка проектной документации F. Сбор документов G. Выдача пакета согласованных документов	ПК-4.3.2						

5	<i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i> Чем отличаются СМИ от масс-медиа?	ПК-3.У.2						
6	<i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.</i> Основными признаки СМИ:: <ol style="list-style-type: none">1. Массовость. СМИ транслирует информацию всегда большому количеству людей или же всему населению.2. Периодичность. Каждое средство массовой информации характеризуется тем, что выходит с постоянной периодичностью в определенный промежуток времени, например, два раза в неделю, раз в месяц или два раза в год.3. Важность. В средства массовой информации обычно попадает только по-настоящему важная, ценная и интересная для общества информация.4. Новизна. Любое средство массовой информации стремится транслировать своей аудитории самые последние новости.	ПК-3.У.2						
7	<i>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</i> К наружной рекламе относят: <ol style="list-style-type: none">1. Билборд2. Суперсайт3. Лайтбокс4. Штендер5. Брандмауэр6. Стела	ПК-4.3.2						
8	<i>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце.</i> 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:	ПК-4.3.2						
	<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 волонтером.</td></tr><tr><td>Изменить модель поведения.</td><td>не садиться за руль после употребления алкоголя.</td></tr></table>	Информировать и заставлять задуматься	А. о конкретной проблеме	Побуждать к действию.	В. перевести деньги в благотворительный фонд, отдать вещи на переработку или стать волонтером.	Изменить модель поведения.	не садиться за руль после употребления алкоголя.	
Информировать и заставлять задуматься	А. о конкретной проблеме							
Побуждать к действию.	В. перевести деньги в благотворительный фонд, отдать вещи на переработку или стать волонтером.							
Изменить модель поведения.	не садиться за руль после употребления алкоголя.							
9	<i>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.</i> Какова последовательность воздействия рекламы на потребителя: А. Обработка В. Эмоции С. Усвоение Д. Внимание	ПК-4.3.2						
10	<i>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</i> Каждое СМИ имеет свои особенности и область применения. Какие основные требования к СМИ?	ПК-3.У.2						

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. Понятие СМИ

Тема 1.1. Основные понятия СМИ. Виды СМИ.

Федеральный закон «О СМИ».

Тема 1.2. Задачи и функции СМИ.

Тема 1.3. Влияние СМИ на формирование общества.

Раздел 2. Инфографика

Тема 2.1 Виды инфографики

Тема 2.2. Принципы построения инфографики

Тема 2.3. Информационные ресурсы для инфографики

Раздел 3. Печатные СМИ.

Тема 3.1. Верстка газет

Тема 3.2. Верстка журналов

Раздел 4. Электронные СМИ

Тема 4.1. Веб-сайты

Тема 4.2. Социальные сети

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. Конструктивные элементы дизайна

Тема 5.7. Дизайн и оформление печатной рекламы

Тема 5.8. Дизайн и оформление периодики

Тема 5.9. Дизайн и оформление каталогов, таблиц, схем, финансовых сведений и бланков

Тема 5.10. Стандартные ошибки дизайна и переладка 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 обучающихся являются:

- 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