Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 22:53:50
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт Экономики и менеджмента
Кафедра Сервисных технологий и бизнес-процессов

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы айдентики в сервисной деятельности

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль)	Технологии менеджмента в сервисе
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы айдентики в сервисной деятельности» основной профессиональной образовательной программы высшего образования рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 9 от 09.04.2025 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

доцент С.И. Ильина

Заведующий кафедрой: Б.А. Тхориков

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Основы айдентики в сервисной деятельности» изучается во втором семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

1.1. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Основы айдентики в сервисной деятельности» Б1.О.26 относится к обязательной части программы.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Менеджмент;
- Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Результаты обучения по учебной дисциплине «Основы айдентики в сервисной деятельности» используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Когнитивные технологии деловых коммуникаций;
- Бизнес - планирование проектов и стартапов;
- учебной/производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями изучения дисциплины «Основы айдентики в сервисной деятельности» являются:

- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;
- формирование у студентов теоретического представления о понятии айдентика, профессиональных навыков по визуальному продвижению образа фирмы (организации), разработке фирменного стиля, основам брендинга с применением навыков использования существующих элементов коммуникационного дизайна.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	ИД – ОПК 2.1 Использование методов планирования и организации деятельности, приемов мотивации и контроля сотрудников для решения	- Демонстрирует знание основных концепт и технических средств айдентики; - Владеет навыками применения современных онлайн и офлайн технологий для создания визуальных и вербальных элементов бренда;

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	профессиональных задач	- Демонстрирует формирование практических навыков использования технических средств, приемов и методов разработки и реализации элементов айдентики.
	ИД – ОПК 2.2 Использование современных подходов к управлению проектами, методов управления рисками	- Демонстрирует формирование практических навыков идентификации и коммуникации.
	ИД – ОПК 2.3 Осуществление взаимодействия с партнерами и другими заинтересованными сторонами	- Демонстрирует знание приемов и принципов выполнения анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории проектируемых объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации; - Демонстрирует владение дизайнерскими решениями задач по проектированию объектов визуальной информации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	5	**з.е.**	160	**час.**

3.1. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	**форма промежуточной аттестации**	**всего, час**	**Контактная аудиторная работа, час**				**Самостоятельная работа обучающегося, час**		
			лекции, час	**практические занятия, час**	**лабораторные занятия, час**	**практическая подготовка, час**	***курсовая работа/курсовой проект***	**Самостоятельная работа обучающегося, час**	**промежуточная аттестация, час**

2 семестр	Экзамен	160	36	36				64	24
Всего:		160	36	36				64	24

3.2. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы					Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа				Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	Второй семестр						
Раздел 1	**Основные понятия айдентики**						
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 1** Понимание айдентики как универсального языка коммуникации. Лекция 1 Понимание айдентики как универсального языка коммуникации. Отличие айдентики от фирменного стиля.	4				4	Формы текущего контроля по разделу 1: устный опрос; контрольная работа
	Практическое занятие 1 Анализ типов сообщений в дизайн - графике.		4			3	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 2** Художественно-коммуникативные средства графического дизайна. Лекция 2 Элементы и носители айдентики. Основные этапы разработки.	4				4	
	Практическое занятие 2 Анализ связи фирменного стиля и образа компании (организации); визуальные и вербальные структурные элементы в композиции		4			3	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы					Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа				Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	дизайн - графики.						
Раздел 2	**Основные этапы проектирования айдентики в организации сервиса**						
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 3** Этапы дизайна айдентики. Лекция 3 Подготовительный этап. Умение работать с брифом. Выбор темы для дизайна фирменного стиля. Навыки исследования: изучение аудитории, определение УТП (уникальное торговое предложение), анализ рынка и современных трендов.	4				4	Формы текущего контроля по разделу 2: устный опрос; контрольная работа
	Практическое занятие 3 Особенности процесса проектирования (сбор информации, сравнение и анализ, определение проблемы, постановка цели).		4			3	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 4** Определение общей концепции проекта. Лекция 4 Определение общей концепции проекта. Разработка названия; Создание логотипа; Разработка фирменного стиля.	4				4	
	Практическое занятие 4		4			3	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы					Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа				Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	Особенности процесса проектирования (определение общей концепции проекта, стратегии; значение уникального названия и слогана). Разработка названия.						
Раздел 3	**Типология логотипов и знаков**						
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 5** Проектирование фирменного стиля. Композиция в дизайне. Лекция 5 Типология логотипов и знаков. Носители фирменного стиля. Стилеобразующие элементы. Этапы разработки фирменного стиля. Композиция в дизайне.	4				4	Формы текущего контроля по разделу 3: устный опрос; индивидуальное задание
	Практическое занятие 5 Анализ цветовых систем. Выбор гармоничных сочетаний.		4			3	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 6** Шрифт как элемент фирменного стиля. Особенности построения текста. Выбор шрифтов. Лекция 6 Знакомство с основными типами дизайна логотипов и знаков, их классификация. Знакомство с принципами макетирования	4				4	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы					Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа				Самостоятельная работа, час	
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	бланков и визиток. Дизайн фирменной документации. Знакомство с принципами создания паттернов. Дизайн фирменного паттерна. Дизайн имиджевого плаката.						
	Практическое занятие 6 Практикум создания логотипа. Шрифт как элемент фирменного стиля. Фирменный блок.		4			3	
Раздел 4	**Формирование образа рекламируемого объекта**						
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 7** Основные закономерности восприятия рекламного сообщения. Лекция 7 Процессы восприятия рекламы потребителем: 1. Перцепция; 2. Мыслительная (оценочная) деятельность; 3. Мнемоническая деятельность.	4				4	Формы текущего контроля по разделу 4: устный опрос; контрольная работа
	Практическое занятие 7 Разработка листовки и плаката. Основы верстки.		4			3	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 8** Юзабилити. Лекция 8 Юзабилити: как стимулировать к приобретению.	4				4	

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; виды самостоятельной работы обучающегося; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости, включая контроль самостоятельной работы обучающегося; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы, час	Практическая подготовка, час		
	Основные принципы и элементы юзабилити, стимулирующие продажи.						
	Практическое занятие 8 Шрифтовые и композиционые ошибки печатной рекламы.		4			3	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	**Тема 9** Дизайн-графика в эпоху Интернета. Лекция 9 Графический дизайн в сети Интернет: сущность, цели и задачи.	4				4	
	Практическое занятие 9 Фирменный стиль в пространстве Интернета. Поддержка фирменного стиля на веб- страницах.		4			4	
	Экзамен					24	Экзамен в письменно-устной форме по билетам
	ИТОГО за второй семестр	36	36			88	
	ИТОГО за весь период	36	36			88	

3.7 Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Раздел 1. Основные понятия айдентики		
1	Тема 1 Понимание айдентики как универсального языка коммуникации.	Понимание айдентики как универсального языка коммуникации. Отличие айдентики от фирменного стиля. Отличие брендинга от айдентики. Виды айдентики.
2	Тема 2 Художественно-коммуникативные средства графического дизайна.	Элементы и носители айдентики. Основные этапы разработки.
Раздел 2. Основные этапы проектирования айдентики в организации сервиса.		
3	Тема 3 Этапы дизайна айдентики.	Подготовительный этап. Умение работать с брифом. Выбор темы для дизайна фирменного стиля. Навыки исследования: изучение аудитории, определение УТП (уникальное торговое предложение), анализ рынка и современных трендов. Составление карты ассоциаций. Подбор референсов и визуальных метафор.
4	Тема 4 Определение общей концепции проекта.	Определение общей концепции проекта. Разработка названия; Создание логотипа; Разработка фирменного стиля; Оформление брендбука.
Раздел 3. Типология логотипов и знаков		
5	Тема 5 Проектирование фирменного стиля. Композиция в дизайне	Типология логотипов и знаков. Носители фирменного стиля. Стилеобразующие элементы. Этапы разработки фирменного стиля. Композиция в дизайне. Характеристики цвета.
6	Тема 6 Шрифт как элемент фирменного стиля. Особенности построения текста. Выбор шрифтов.	Знакомство с основными типами дизайна логотипов и знаков, их классификация. Знакомство с принципами макетирования бланков и визиток. Дизайн фирменной документации. Знакомство с принципами создания паттернов. Дизайн фирменного паттерна. Дизайн имиджевого плаката. Разработка знака с использованием графемы буквы. Разработка четырёх вариантов логотипа. Выбор лучшего варианта.
Раздел 4. Формирование образа рекламируемого объекта		
7	Тема 7 Основные закономерности восприятия рекламного сообщения.	Процессы восприятия рекламы потребителем: 1. Перцепция; 2. Мыслительная (оценочная) деятельность; 3. Мнемоническая деятельность. Этапы процесса восприятия.
8	Тема 8 Юзабилити.	Юзабилити: как стимулировать к приобретению. Основные принципы и элементы юзабилити, стимулирующие продажи. Основные ошибки юзабилити.
9	Тема 9 Дизайн-графика в эпоху Интернета.	Графический дизайн в сети Интернет: сущность, цели и задачи.

3.8 Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

– подготовку к лекциям, практическим занятиям, экзамену;
– изучение учебников и учебных пособий, научных публикаций;
– проведение исследовательских работ;
– изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
– выполнение заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

– проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам дисциплины по необходимости;
– проведение консультаций перед экзаменом.

Темы полностью или частично отнесенные на самостоятельное изучение с последующим контролем, не предусмотрены.

3.9 Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

Применяются следующий вариант реализации программы с использованием ЭО и ДОТ.

В электронную образовательную среду, по необходимости, могут быть перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование	**использование ЭО и ДОТ**	**объем,**	**включение в учебный**

ЭО и ДОТ		час	процесс
смешанное обучение	лекции	36	в соответствии с расписанием учебных занятий
смешанное обучение	практические занятия		в соответствии с расписанием учебных занятий

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО *ДИСЦИПЛИНЕ,* КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенций.

Уровни сформированности компетенции(-й)	**Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации**	**Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации**	**Показатели уровня сформированности**		
			универсальной компетенции	**общепрофессиональной компетенции**	**профессиональной компетенции**
				ОПК-2 ИД-ОПК-2.1; ИД-ОПК-2.2; ИД-ОПК-2.3	
высокий		отлично/отлично	Обучающийся: – анализирует и систематизирует изученный материал с обоснованием актуальности его использования в своей предметной области; – применяет методы анализа и синтеза практических проблем, способы прогнозирования и оценки событий и явлений, умеет решать практические задачи вне стандартных ситуаций с учетом особенностей деловой и общей культуры различных социальных групп; – демонстрирует системный подход при решении проблемных ситуаций; – показывает четкие системные знания и представления по дисциплине; - дает развернутые, полные и верные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.		
повышенный		хорошо/хорошо	Обучающийся: – обоснованно излагает, анализирует и систематизирует изученный материал, что предполагает комплексный характер анализа проблемы; – выделяет междисциплинарные связи, распознает и выделяет элементы в системе знаний, применяет их к анализу практики; – правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; - ответ отражает полное знание материала, с незначительными пробелами, допускает		

			единичные негрубые ошибки.
базовый		удовлетворительно /удовлетворительно	Обучающийся: – демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП; – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – с трудом выстраивает связи между видами технологий; – анализирует основные коммуникативные проблемы, но не способен выработать стратегию действий для решения проблемных ситуаций; - ответ отражает в целом сформированные, но содержащие незначительные пробелы знания, допускаются грубые ошибки.
низкий		неудовлетворительно/ неудовлетворительно	Обучающийся: - демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; - испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; - не способен проанализировать основные коммуникативные проблемы; - выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя; - ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

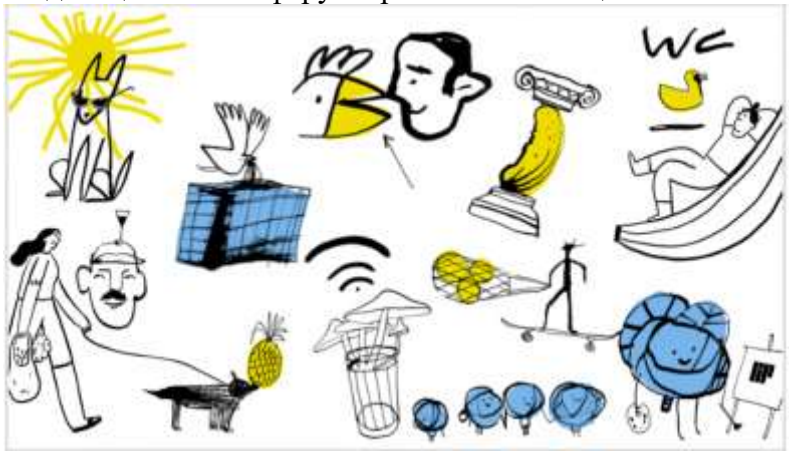
5.1 Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1.	**Устный опрос** по всем темам дисциплины	1. Взаимодействие изображения и слова в рекламе. 2. Основные понятия айдентики. 3. Понятие фирменного стиля. 4. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. 5. Средства коммуникативной связи: визуальные, аудиальные, кинестетические. 6. 10 принципов юзабилити. 7. Словесные товарные знаки. Принципы выбора шрифтов. 8. Типы и виды знаков. Примеры. 9. Функции фирменного стиля в системе визуальной коммуникации. 10. Выбор шрифта и цветового решения для рекламы. 11. Образ как средство визуальной коммуникации в рекламном сообщении. 12. Композиционные принципы дизайна рекламы. 13. Упаковка как средство коммуникации. 14. Виды современной печатной рекламы. 15. Особенности современной дизайн-графики. Компьютерные методы проектирования. 16. Элементы фирменного стиля. Краткая характеристика. 17. Основные средства графического дизайна в рекламе. 18. Виды и типы дизайн-графики в Интернете. 19. Фирменный стиль в Интернета. 20. Основные разделы брендбука (краткая характеристика). 21. Дайте определение понятиям знак, символ, эмблема. 22. Виды классификации знаков. 23. Определение и функции фирменного стиля. 24. Понятие и сущность стилеобразующих элементов. 25. Перечислите функции пиктограмм. 26. Принцип серийности при проектировании. 27. Назначение модульной сетки. 28. Дайте определение понятиям товарный знак, торговая марка, бренд. 29. Визуальные коммуникации в дизайне.

		30. Опишите состав предпроектного этапа проектирования бренда. 31. Основные этапы разработки дизайн-проекта. 32. Пояснительная записка и её место в дизайн-проекте.
2.	**Контрольная работа по разделу 1** «Основные понятия айдентики»	Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы): Кейс 1. Характеристика айдентики проекта. (материал может быть предоставлен или можно пользоваться своими материалами). Задание. Рассмотрите элементы айдентики проекта. Проанализируйте композиционную структуру элеиментов, а так же их восприятие и позиционирование их услуг и товаров на рынке. Сделайте вывод. Кейс 2. Коммуникативные качества элементов электронной и печатной рекламы (материал может быть предоставлен или можно пользоваться своими материалами). Задание. Рассмотрите сайт организации (фирмы) и печатную рекламу. Проанализируйте соответствие текста и визуальной информации, дизайнерское решение, полиграфическое исполнение. Проведите сравнительный анализ в подаче визуальных идентификаторов. Сделайте вывод (ы) о коммуникативных качествах сайта и печатной рекламы. Сформулируйте возможные рекомендации по редактированию материалов.
	Контрольная работа по разделу 2 «Основные этапы проектирования айдентики в организации сервиса»	Кейс 3. Разработка айдентики и стиля коммуникации для крупного фуд-пространства в Петербурге. Тренд на гастрономические пространства дошел и до Петербурга. И если москвичи уже достаточно избалованны Даниловским и Центральным рынками, недавно открывшимся «Депо» и другими аналогичными заведениями, то для петербужцев обновленный Василеостровский — первый модный гастромаркет такого масштаба. Задумав проведение серии изменений, руководство рынка обращалось и к дизайнеру-фрилансеру, и к иллюстратору, и к каллиграфу. К единой концепции креаторам прийти никак не удавалось, так как рынок сам не до конца понимал, в какую сторону должен двигаться дизайн: - уйти от «советскости», но оставить отсылку к ней. - быть в тренде, и «быть о Петербурге», о «Ваське», о культуре. Все эти образы витали в воздухе, но в единую картину никак не собирались. Привлечение агентств Спустя пару месяцев к проекту привлекли местную дизайн-студию «Логомашина». Оценив пространство и получив вводные (как работает рынок, что планируется в интерьере, в каких местах посетители будут чаще всего встречаться с дизайном), креативная команда взяла проект в свои руки. «Логомашина»: У нас есть секретное оружие, которое помогает «ощупывать» клиента и задачу очень подробно. Мы дотошно брифуем — от и до. Благодаря этому поиск концепций уточняется буквально до нескольких направлений, а не до миллиона вариантов логотипа. Теперь задача звучала примерно так: разработать айдентику с отсылкой на историю рынка и СССР.

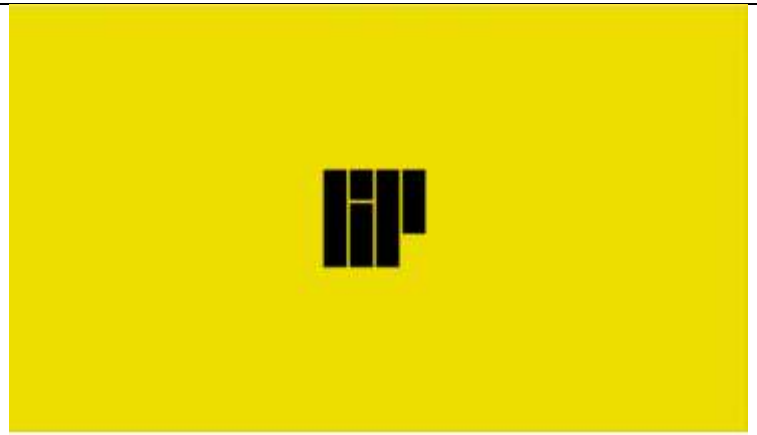
		Но дизайн должен быть современным, «живым» и узнаваемым. Посетителям должно быть понятно, что новый рынок — это про еду, стиль и «Ваську». Это место, где можно встретиться, сходить на мероприятие, вкусно поесть и купить фермерских продуктов домой. Работа креативной команды Логотип На первоначальной вывеске была каллиграфия, и сам рынок попросил ее оставить. Креаторы так и поступили, но полностью переосмыслили ее. Теперь слово «рынок» написано динамичным леттерингом, он отражает дух этого места — оно бодрое и живое. Здесь постоянно говорят, обсуждают, смеются, торгуются, спорят, жуют, звенят тарелками! Для надписи «Василеостровский» был разработан собственный шрифт. Вытянутое начертание с четким ритмом — отсылка к монументальности Санкт-Петербурга: колонны, фасады, окна дореволюционных зданий. Галочка над «Й» — это очертания рынка и чайка, которая кружит над островом. Дизайнеры решили также по максимуму заложить «живость» в шрифтовую композицию за счет её фактуры. Они вспоминают — перепробовали разные инструменты, но в итоге остановили свой выбор на… морковке. Простой продукт с прилавка рынка становится непосредственным соавтором концепта. Эта изюминка логотипа делает его особенным, со своей историей.

Отсюда продолжает своё развитие тема с продуктами и овощами. Они становятся живыми персонажами, создающими атмосферу на рынке. Они общаются с посетителями, помогают им и запоминаются.



Отдельный элемент логотипа — знак. Эта деталь функциональна, ее можно использовать для того, чтобы быстро забрендировать любую поверхность. В знаке зашифрована регулярная планировка Васильевского острова. Его знаменитые линии — это узнаваемая черта для всех Петербуржцев. Такой образ считывается моментально.

Ассоциация второго порядка — все блоки и пропорции выстраиваются в буквы «В» и «Р». Подобная конструкция сделала логотип функциональным: можно использовать все вместе или по отдельности.

		 Фирменные цвета Основные цвета — белый и черный. Цвета Петербурга: небо, Нева, дожди, асфальт. Это сочетание уместно в любой ситуации и отлично работает в интерьере. Желтый оттенок — цвет архитектуры исторического центра города. Он необходим, когда будет нужно акцентировать внимание на чем-либо. Есть дополнительные цвета: голубой — вода, она окружает Васильевский остров, а зеленый и красный — это оттенки свежей еды. Мы специально не использовали много цветов. Задача дизайна подарить рынку индивидуальность, но не перебивать заведения и мероприятия, которые находятся на его территории.

Типографика

Шрифты — важная часть фирменного стиля. Они поддерживают общий стиль, помогая дизайну быть узнаваемым даже тогда, когда места для него мало.

У Василеостровского рынка три шрифта: отсылающий к конструктивизму СССР «2mass j1808» — он работает с заголовками.

Переосмысливший советские формы «Transgender grotesque» — для подзаголовков. Кстати, подобные буквы можно увидеть на любой петербургской станции метро.

И последний — Manrope. Современный, легко читается и не перетягивает внимание на себя.

Иллюстрации

Живость рынка отражается в иллюстрациях. Они неровные и динамичные, с рваным контуром, совмещают в себе несовместимое. Одним словом — живые и настоящие. Иллюстрации привнесли в дизайн историю про еду, про движение и про город.

Айдентика рынка соединила в себе современность и прошлое. В советские приемы добавили новизну, что как бы означает: «Василеостровский рынок» помнит свою историю, но делает шаг в будущее.

Разработка носителей для территории рынка

Команда проекта признается, это был самый долгий и сложный этап работы. Решалось, как айдентика

		будет использоваться в реальной жизни: на картах, вывесках, указателях, стенах, стеклах, стаканчиках и прочем. Команда разработала часть стандартных массовых носителей и несколько лимитированных коллекций. Были созданы варианты для дизайна носителей в коллаборации с другими брендами. Дизайнеры подключились к разработке навигации на рынке. Помимо всего, были отрисованы иконки для использования в пространстве, карта рынка, концепции настенных иллюстраций для интерьера. Разработка стиля коммуникации Решением этой задачи занялось агентство «Роскреатив». В команде также признаются, запрос на такой формат у жителей города и гостей Санкт-Петербурга был огромный. Необходимо было рассказать горожанам о формате рынка (ведь такого еще не было), а также донести этапность открытия пространства: в первую очередь запускается гастрономическая часть, потом — продуктовая, сыроварня, пекарня, площадь с завтраками и так далее. Важно было и подумать над нестандартными креативными решениями оформления пространства, полностью выстроив коммуникацию рынка. Основные принципы коммуникации

		Было принято решение избавляться от старого образа рынка 90-х, который глубоко засел в головах жителей Петербурга, выстраивая коммуникацию рынка новой волны. Рынок новой волны — это публичное пространство, где можно купить отборные продукты от небольших хозяйств, вкусно поесть, где приятная атмосфера для отдыха и общения. Вся коммуникация построена на следующих принципах: «Мы не просто говорим про экологию, мы совершаем реальные дела, направленные на улучшение ситуации в любимом Петербурге». «Мы — за рациональное потребление! Своими действиями мы подаем пример другим городским организациям». «Мы уважаем историю и культуру города в целом и места в частности!». «Современный покупатель — не только про покупку продуктов, поэтому мы — не только рынок». «Мы — это люди! Поэтому рынок слышит своих гостей и покупателей». Большая идея - «В Питере вкуснее»: Когда «Яндекс» говорил, что «Найдется все» — он не врал. Идею для креативной концепции «Василеостровского рынка» мы действительно нашли в поисковике. *«Почему в Питере вкуснее?»* — один из самых популярных запросов о Северной фуд-столице. Его-то мы и взяли за основу коммуникации первого петербургского гастрономического пространства. Данная формулировка помогла нам донести масштаб заведения. Благодаря московским проектам, многие уже знакомы с рынками нового формата. Нам хотелось сказать, что мы — другие, мы интереснее, мы не просто место, где можно перекусить. Мы гастрономическое событие федерального масштаба. Плюс — запуск подобного проекта поможет закрепить за Петербургом статус «гастрономической столицы». В рамках принятой большой идеи и в поддержку коммуникационных принципов были разработаны стратегия соцсетей, а также короткие видеоформаты, в рамках которых креаторы задают арендаторам рынка вопросы из поисковика, связанные с едой и Питером. *«Где в Питере купить корюшку и черемшу?», «Почему в Питере много сумасшедших?», «Кто в Питере смотрящий?»* и *«Почему в Питере вкуснее?».* В агентстве добавляют, очень важно для клиента было донести информацию о том, что пространство с ресторанами — это далеко не все. Вскоре откроется рыночная часть и центральная площадь (сейчас они отделены от рабочей зоны стеной). Пустую белую стену превратили в арт-объект, пригласив известного питерского художника-блогера Duran. Специально для «Василеостровского рынка» он придумал историю про снос четвертой стены, в которой рабочие осознают, что они внутри картинки. *Комикс будет снесен и уничтожен, когда пространства будут объединять.*

		Вопросы к кейсу: 1. Какой принцип коммуникации был использован сотрудниками агентства «Роскреатив»? 2. Назовите идею креативной концепции, взятую за основу коммуникации. 3. В рамках принятой большой идеи и в поддержку коммуникационных принципов были разработаны стратегия соцсетей, а также короткие видеоформаты. Что хотели донести до клиентов? 4. Как изменение формата рынка повлиял на общую концепцию проекта?
	Контрольная работа по разделу 4 «Формирование образа рекламируемого объекта»	Кейс 4. Цифровые носители айдентики. Разработанные элементы айдентики наносят на различные объекты и используются в разной форме. Чаще всего в качестве носителей выступают: 1. сайт и мобильные приложения, если компания заинтересована в осуществлении онлайн-продаж; 2. POS-материалы, используемые при оформлении торговых объектов: лотки, витрины, световые панели, ценники и другие носители; 3. рекламные материалы, используемые при таргетированной и контекстной рекламе; 4. соцсети, где с помощью элементов айдентики оформляется шапка профиля, аватарка, весь публикуемый на страничке контент; 5. полиграфические материалы, к числу которых относят листовки, визитки, брошюры, иные документы, изготавливаемые с рекламной целью или предназначенные исключительно для внутрикорпоративного использования; 6. упаковка, предполагающая оформление этикеток для выпускаемой продукции в едином стиле. Начиная свою деятельность, бизнесмену стоит пристальное внимание уделить носителям айдентики.Проанализируйте каждый из представленных носителей айдентики. В каком случае продукция или услуги будут востребованными?
		Кейс 5. Анализ примеров айдентики брендов цифровых продуктов. Во время формирования корпоративного стиля дизайнеры работают сразу с несколькими инструментами. Для достижения поставленных целей дизайнеры активно используют множество идентификаторов. Каждый из них выполняет определенную функцию, обеспечивающую достижения поставленной цели. К основным элементам айдентики относят: 1. Логотип, представляющий собой изображение, выполняемое в текстово-графической технике. С его помощью обеспечивается отличимость однотипной продукции разных производителей. Наносится на выпускаемую и рекламную продукцию различного размера и формы. Направлен на визуальное восприятие и быстрое запоминание пользователем. 2. Шрифты. Позволяет передать идею и общую концепцию бреда. Классический шрифт с засечками вызывает

		чувство основательности и надежности. Отсутствие засечек говорит о динамичности компании. Текст, выполненный вручную, считается легким для восприятия и достаточно креативным. При разработке данного элемента айдентики решается вопрос об использовании общедоступных шрифтов или создании своего собственного, который позволит усилить трансляцию ценностей и достоинств бренда. 3. Цветовая гамма. Важный компонент, привлекающий внимание и способствующий появлению ассоциаций, характер которых во многом зависит от личного опыта пользователя. Существует базовая палитра, вызывающая определенные ассоциации. Если красный цвет говорит об активности, смелости и энергетичности, то зеленый сигнализирует о надежность, экологичности, свежести. Выбрав синюю гамму можно продемонстрировать свое спокойствие, уверенности и равновесие, а желтый обозначит энергичность, креативность, неординарность. При наличии базовых понятий нельзя утверждать, что приведенные определения единственно верные. Каждый воспринимает цвет по-своему. Чаще всего используются наборы основных и вспомогательных цветов, разрабатываются рекомендации по использованию определенного варианта. 4. Графика, иллюстрации и иконки. С их помощью расставляются акценты, обозначается стиль бренда. Активно используются как базовые геометрические фигуры, так и фигурки нестандартной формы. Они могут быть частью основного контента или использоваться для расстановки акцентов. Так, например, круг говорит о том, что компания работает стабильно и гармонично развивается. 5. Цветовая палитра. Как можно сочетать разные оттенки? Найдите готовые палитры в интернете, выделив несколько основных цветов. Желательно, чтобы их было не более трех. Также вы можете воспользоваться цветовым кругом Иттена – он наглядно демонстрирует «противоположные» и «схожие» оттенки. Даже в черно-белом формате ваш логотип должен оставаться читаемым и понятным. 6. Шрифты. Варианты шрифтов: • декоративные – необычные, уникальные, каждый из них имеет свои отличающиеся черты (толщина, форма, засечки…); • рукописные – имитируют текст, написанный карандашом, ручкой или маркером; • без засечек – имеют более современный вид и обтекаемую, плавную форму; • с засечками – классические, часто используются в официальных документах. На каком из них остановиться? 7. Формы и стиль Выбранные геометрические формы должны поддерживаться как в логотипе, так и в оформлении интерьера, бланков и других «дизайнерских элементов». Объясните, какидентификаторы могут повлиять на восприятие бренда и его продукции?
3.	**Индивидуальное**	Пример контрольного задания. Тематика для проекта может быть выбрана студентом по желанию.

	задание по разделу 3 «Типология логотипов и знаков»	Используется принцип предпроектной работы: 1. Карта конкурентов и техника сбора аналогов. 2. Мудборд и стилевые референсы будущего проекта. 3. Определение целевой аудитории. 4. Создание и визуализация ключевой метафоры бренда. 5. Разработка основных компонентов айдентики бренда. 6. Создание презентации концепции бренда.

5.2 Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	**Критерии оценивания**	**Шкалы оценивания**	
		100-балльная система	**Пятибалльная система**
Экспресс-опрос	Дан оперативно полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		5
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.		4
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		2
Презентация	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.		2
	Работа не выполнена.		
Дискуссия	Ведение дискуссии в рамках объявленной темы; видение сути проблемы. Точная, четкая формулировка аргументов и контраргументов, умение отделить факты от субъективных мнений, использование примеров, подтверждающих позицию участника дискуссии. Соответствие аргументов выдвинутому тезису. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личностных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга,		5

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		
	Отклонение от темы по причине иной трактовки сути проблемы. Отклонение от темы по причине отсутствия видения сути проблемы. Допущены логические ошибки в предъявлении некоторых аргументов или контраргументов или преобладают субъективные доводы над логической аргументацией или не использованы примеры, подтверждающие позицию стороны. Незначительны ошибки в предъявлении аргументов и контраргументов, связанные с нарушением законов логики, неумение отделить факты от субъективных мнений. Несоответствие некоторых аргументов выдвинутому тезису. Толерантность, уважение других взглядов, отсутствие личностных нападок, но перебивание оппонентов, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты при отсутствии речевых и грамматических ошибок или допущены речевые и грамматические ошибки при отсутствии разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		4
	Намеренная подмена темы дискуссии по причине неспособности вести дискуссию в рамках предложенной проблемы. Ошибки в предъявлении аргументов и контраргументов связанные с нарушением законов логики, неумение отделить факты от субъективных мнений. Несоответствие большинства аргументов выдвинутому тезису, несоответствие большинства контраргументов высказанным аргументам. Проявление личностной предвзятости к некоторым оппонентам, неумение выслушать мнение оппонента до конца. Допущены разговорные или просторечные обороты, речевые и грамматические ошибки или отсутствует эмоциональность и выразительность речи.		3
	Перескакивание с темы на тему, отсутствие всякого понимания сути проблемы. Повторное утверждение предмета спора вместо его доказательства или отсутствие фактических доказательств или приведение вместо доказательств субъективных мнений. Небрежное речевое поведение: наличие речевых ошибок, излишнее		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	использование сленга, разговорных и просторечных оборотов. Монотонная (или излишне эмоциональная) речь. Качество речи препятствует пониманию высказываемой мысли. Обучающийся не демонстрирует знание и понимание сущности дисциплины в целом. Не проявляет аргументированность, взвешенность и конструктивность суждений и предложений. Не демонстрирует умение отстаивать свое мнение. Не всегда в полной мере проявляет активность в обсуждении		

5.3 Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен в письменно-устной форме по билетам	Билет 1 1. Взаимодействие изображения и слова в рекламе. Основные понятия айдентики. 2. Средства коммуникативной связи: визуальные, аудиальные, кинестетические. 3. Проектное задание в режиме презентации, файлы выполненного проекта, технологии, использованные при выполнении проекта проекта для торговой организации (в рамках изучаемой дисциплины). Билет 2 1. Понятие и элеиенты фирменного стиля. Функции фирменного стиля в системе визуальной коммуникации. 2. Юзабилити. 10 принципов юзабилити. 3. Проектное задание в режиме презентации, файлы выполненного проекта, технологии, использованные при выполнении проекта для организации сферы услуг (в рамках изучаемой дисциплины). Билет 3. 1. Словесные товарные знаки. Принципы выбора шрифтов. Типы и виды знаков. Примеры. 2. Виды современной печатной рекламы.

	3. Проектное задание в режиме презентации, файлы выполненного проекта, технологии, использованные при выполнении проекта для производственной организации (в рамках изучаемой дисциплины). Билет 4. 1. Выбор шрифта и цветового решения для рекламы. Образ как средство визуальной коммуникации в рекламном сообщении. 2. Особенности современной дизайн-графики. Компьютерные методы проектирования. 3. Проектное задание в режиме презентации, файлы выполненного проекта, технологии, использованные при выполнении проекта для финансовой организации (в рамках изучаемой дисциплины). Билет 5. 1. Композиционные принципы дизайна рекламы. Упаковка как средство коммуникации. 2. Основные разделы брендбука (краткая характеристика). 3. Проектное задание в режиме презентации, файлы выполненного проекта, технологии, использованные при выполнении проекта для образовательной организации (в рамках изучаемой дисциплины).

5.4 Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	**Критерии оценивания**	**Шкалы оценивания**		
Наименование оценочного средства		**100-балльная система**	**Пятибалльная система**	
Экзамен в письменно-устной форме по билетам	Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений и ситуаций по вопросу;		5	85% - 100%

Форма промежуточной аттестации Наименование оценочного средства	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.			
	Обучающийся: – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно логично построено изложение вопроса; – успешно отвечает на дополнительные вопросы средней сложности, – демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе учебной работы. В ответе раскрыто, в основном, содержание вопросов, имеются несущественные неточности при ответе на дополнительные вопросы.		4	65% - 84%
	Обучающийся: – показывает знания базового материала, которые отличаются поверхностностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может в полном объеме обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, представления о межпредметных связях слабые; – знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допускает погрешности и ошибки при теоретических ответах и в ходе практической работы. Содержание вопроса раскрыто на базовом уровне, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы, ответ носит репродуктивный характер.		3	41% - 64%
	Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в		2	40% и менее 40%

Форма промежуточной аттестации Наименование оценочного средства	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий. Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении заданий. На часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.			

5.5 Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
Устный опрос		2-5
Контрольная работа		2-5
Домашнее задание		2-5
Промежуточная аттестация (Экзамен)		Отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за семестр (дисциплину) Экзамен		

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий*;*
- анализ ситуаций;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа).

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины не реализуется.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию без барьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	**Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.**
119071, г. Москва, Малая Калужская улица, дом 1, строение 6	
Аудитория №1332 для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект учебной мебели, меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебнонаглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.
Аудитория №1330 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	– Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран, ноутбук) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие 25 Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п. рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций)
Аудитория №1339 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего	Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран,

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
контроля и промежуточной аттестации	ноутбук) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций)
Аудитория №1329 для проведения занятий лекционного, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект учебной мебели, технические средства обучения: наборы демонстрационного оборудования (переносной проектор, экран, ноутбук) и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины (лекции в виде презентаций)
Аудитория №1325: - компьютерный класс для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; - помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ (в свободное от учебных занятии и профилактических работ время).	Комплект учебной мебели, доска меловая, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации: 19 персональных компьютеров с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	**Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся**
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Технологическое обеспечение реализации программы осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса *(заполняется для изданий в электронном виде)*	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Антипов К.В.	Основы рекламы	учебник	Дашков и К	2021	https://znanium.ru/catalog/document?id=431704	
2	Деменкова А.Б.	Компьютерное обеспечение дизайнерской деятельности	МП	Директ-Медиа	2021	https://znanium.ru/catalog/document?id=425975	
3	Кашевский П.А.	Шрифты	УП	Минск: Вышэйшая школа	2022	https://znanium.ru/catalog/document?id=337031	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Вельская Г.Г.	Реклама социальных проектов	МП	Дашков и К	2023	https://znanium.ru/catalog/document?id=431832	
2	Марусева И.В.	Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование)	монография	Москва; Берлин: Директ-Медиа	2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=276141	
3	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике	УП	Дашков и К	2020	https://znanium.ru/catalog/document?id=66169	
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Ордынец А.А.	Методические рекомендации по организацию самостоятельной работы обучающихся	Методические рекомендации	Утверждено на заседании кафедры коммерции и сервиса, протокол №	2018		5

				1 от 28.08.18			

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1 Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	ЭБС ЮРАЙТ» https://urait.ru/
5.	ООО «ИВИС» http://dlib.eastview. com/
6.	«Национальная электронная библиотека» http://нэб.рф/
7.	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2019 г. - 2022 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/
8.	Questel SAS https://www.orbit.com/
9.	The Cambridge Crystallographic Data Center https://www.ccdc.cam.ac.uk/
10.	
	Профессиональные базы данных, информационные справочные системы
	База данных The Wiley Journals Databas (глубина доступа: 2023 г.) https://onlinelibrary.wiley.com/
	Elsevier «Freedom collection» Science Direct https://www.sciencedirect.com/
	«SpringerNature» https://materials.springer.com/ База данных Springer Nature Protocols and Methods: http://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols https://www.orbit.com/ Платформа Springer Link: https://rd.springer.com/ Платформа Nature: https://www.nature.com/ База данных Springer Materials: http://materials.springer.com/ База данных Springer Protocols: http://www.springerprotocols.com/ База данных zbMath: https://zbmath.org/ База данных Nano: http://nano.nature.com/ База данных Springer eBooks Collections издательства Springer Nature eBooks Collections (i.e.2023 eBook Collections, год издания - 2023, в т.ч. выпущенных в 2022 г. - тематическая коллекция Physical Sciences, Social Sciences, Life Sciences,Engineering Package): http://link.springer.com/ База данных Nature journals, Academic journals, Scientific American (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package .): https:/www.nature.com/ База данных Adis (год издания – 2023 г.) тематической коллекции Life Sciences Package https://link.springer.com База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.: - тематическая коллекция Life Sciences Package) : https://link.springer.com/ База данных Springer Journals (год издания – 2023 г.- тематическая коллекция Social Sciences Package) : https://link.springer.com/ База данных Nature Journals - Palgrave Macmillan (год издания – 2023 г. тематической коллекции Social Sciences Package) https://www.nature.com/
	SCIENCE INDEX ООО НЭБ http://www.elibrary.ru/
	БД СМИ ООО "ПОЛПРЕД Справочники" http://www.polpred.com

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	**Программное обеспечение**	**Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое**
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

4.	NeuroSolutions	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
5.	Wolfram Mathematica	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
6.	Microsoft Visual Studio	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
7.	CorelDRAW Graphics Suite 2018	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
8.	Mathcad	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
9.	Matlab+Simulink	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019.
10.	Adobe Creative Cloud 2018 all Apps (Photoshop, Lightroom, Illustrator, InDesign, XD, Premiere Pro, Acrobat Pro, Lightroom Classic, Bridge, Spark, Media Encoder, InCopy, Story Plus, Muse и др.)	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
11.	SolidWorks	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
12.	Rhinoceros	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
13.	Simplify 3D	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
14.	FontLab VI Academic	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
15.	Pinnacle Studio 18 Ultimate	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
16.	КОМПАС-3d-V 18	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
17.	Project Expert 7 Standart	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
18.	Альт-Финансы	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
19.	Альт-Инвест	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
20.	Программа для подготовки тестов Indigo	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
21.	Диалог NIBELUNG	контракт № 17-ЭА-44-19 от 14.05.2019
22.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт 85-ЭА-44-20 от 28.12.2020
23.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
24.	Mathcad Education - University Edition Subscription	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
25.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
26.	Mathematica Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
27.	Network Server Standard Bundled List Price with Service	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
28.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
29.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры