

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.06.2024 16:40:28
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9abb82473

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 Коммерции и сервиса

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	заочная

Рабочая программа учебной дисциплины «Основы айдентики в сервисной деятельности» основной профессиональной образовательной программы высшего образования рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 7 от 06.03.2024 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 в третьем 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;

3 семестр	Экзамен	160	8	8				136	8
Всего:		160	8	8				136	8

3.2 Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (заочная 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				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		
Третий 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.	0,5				7	Формы текущего контроля по разделу 1: устный опрос; контрольная работа
	Практическое занятие 1 Анализ типов сообщений в дизайн - графике.		0,5			7	
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.	0,5				7	
	Практическое занятие 2 Анализ связи фирменного стиля и образа компании (организации); визуальные и вербальные структурные элементы в композиции		0,5			7	

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		
	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.	1				7	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).		1			7	
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.	1				7	
	Практическое занятие 4		1			7	

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		
	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.	1				8	Формы текущего контроля по разделу 3: устный опрос; индивидуальное задание
	Практическое занятие 5 Анализ цветовых систем. Выбор гармоничных сочетаний.		1			8	
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	1				8	

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		
	<p>бланков и визиток. Дизайн фирменной документации. Знакомство с принципами создания паттернов. Дизайн фирменного паттерна. Дизайн имиджевого плаката.</p> <p>Практическое занятие 6 Практикум создания логотипа. Шрифт как элемент фирменного стиля. Фирменный блок.</p>		1			8	
Раздел 4	Формирование образа рекламируемого объекта						
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	<p>Тема 7 Основные закономерности восприятия рекламного сообщения. Лекция 7 Процессы восприятия рекламы потребителем: 1. Перцепция; 2. Мыслительная (оценочная) деятельность; 3. Мнемоническая деятельность.</p>	1				8	Формы текущего контроля по разделу 4: устный опрос; контрольная работа
	<p>Практическое занятие 7 Разработка листовки и плаката. Основы верстки.</p>		1			8	
ОПК-2 ИД - ОПК-2.1; ИД - ОПК – 2.2; ИД - ОПК – 2.3	<p>Тема 8 Юзабилити. Лекция 8 Юзабилити: как стимулировать к приобретению.</p>	1				8	

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 композиционные ошибки печатной рекламы.		1			8	
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.	1				8	
	Практическое занятие 9 Фирменный стиль в пространстве Интернета. Поддержка фирменного стиля на веб- страницах.		1			8	
	Экзамен					8	Экзамен в письменно-устной форме по билетам
	ИТОГО за третий семестр	8	8			144	
	ИТОГО за весь период	8	8			144	

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 ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции	8	в соответствии с расписанием учебных занятий
смешанное обучение	практические занятия	8	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 и 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	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 приемами; - ответ отражает полное знание материала, с незначительными пробелами, допускает 		

			единичные негрубые ошибки.
базовый		удовлетворительно /удовлетворительно	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП; – испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами; – 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	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; - испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приемами; - 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	<ol style="list-style-type: none"> 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 Интернете. 20. Основные разделы брендбука (краткая характеристика). 21. Дайте определение понятиям знак, символ, эмблема. 22. Виды классификации знаков.

		<p>23. Определение и функции фирменного стиля.</p> <p>24. Понятие и сущность стилеобразующих элементов.</p> <p>25. Перечислите функции пиктограмм.</p> <p>26. Принцип серийности при проектировании.</p> <p>27. Назначение модульной сетки.</p> <p>28. Дайте определение понятиям товарный знак, торговая марка, бренд.</p> <p>29. Визуальные коммуникации в дизайне.</p> <p>30. Опишите состав предпроектного этапа проектирования бренда.</p> <p>31. Основные этапы разработки дизайн-проекта.</p> <p>32. Пояснительная записка и её место в дизайн-проекте.</p>
2.	Контрольная работа по разделу 1 «Основные понятия айдентики»	<p>Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы):</p> <p>Кейс 1. Характеристика айдентики проекта. (материал может быть предоставлен или можно пользоваться своими материалами). Задание. Рассмотрите элементы айдентики проекта. Проанализируйте композиционную структуру элементов, а так же их восприятие и позиционирование их услуг и товаров на рынке. Сделайте вывод.</p> <p>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.</p>
	Контрольная работа по разделу 2 «Основные этапы проектирования айдентики в организации сервиса»	<p>Кейс 3. Разработка айдентики и стиля коммуникации для крупного фуд-пространства в Петербурге.</p> <p>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 петербуржцев 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уйти от «советскости», но оставить отсылку к ней. - быть в тренде, и «быть о Петербурге», о «Ваське», о культуре. <p>Все эти образы витали в воздухе, но в единую картину никак не собирались.</p> <p>Привлечение агентств</p>

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!



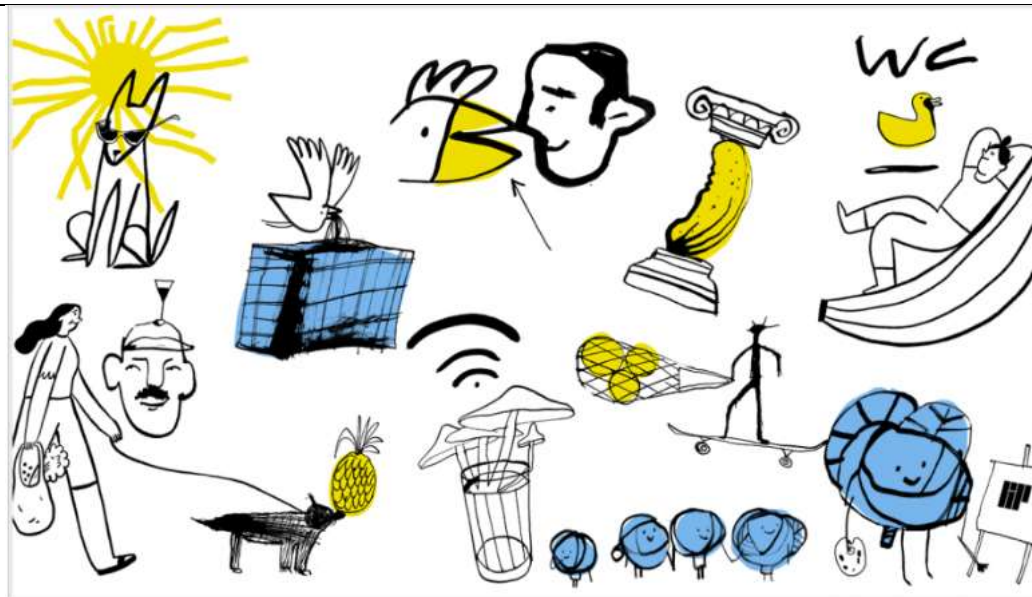
Для надписи «Василеостровский» был разработан собственный шрифт. Вытянутое начертание с четким

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 — Man Gore. 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

		<p>Решением этой задачи занялось агентство «Роскреатив». В команде также признаются, запрос на такой формат у жителей города и гостей Санкт-Петербурга был огромный.</p> <p>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.</p> <p>Важно было и подумать над нестандартными креативными решениями оформления пространства, полностью выстроив коммуникацию рынка.</p> <p>Основные принципы коммуникации</p> <p>Было принято решение избавляться от старого образа рынка 90-х, который глубоко засел в головах жителей Петербурга, выстраивая коммуникацию рынка новой волны.</p> <p>Рынок новой волны — это публичное пространство, где можно купить отборные продукты от небольших хозяйств, вкусно поесть, где приятная атмосфера для отдыха и общения.</p> <p>Вся коммуникация построена на следующих принципах:</p> <p>«Мы не просто говорим про экологию, мы совершаем реальные дела, направленные на улучшение ситуации в любимом Петербурге».</p> <p>«Мы — за рациональное потребление! Своими действиями мы подаем пример другим городским организациям».</p> <p>«Мы уважаем историю и культуру города в целом и места в частности!».</p> <p>«Современный покупатель — не только про покупку продуктов, поэтому мы — не только рынок».</p> <p>«Мы — это люди! Поэтому рынок слышит своих гостей и покупателей».</p> <p>Большая идея - «В Питере вкуснее»:</p> <p>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.</p> <p>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».</p> <p>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</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p><i>в Питере много сумасшедших?»</i>, «<i>Кто в Питере смотрящий?»</i> и «<i>Почему в Питере вкуснее?»</i>».</p> <p>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.</p> <p>Специально для «Василеостровского рынка» он придумал историю про снос четвертой стены, в которой рабочие осознают, что они внутри картинки. <i>Комикс будет снесен и уничтожен, когда пространства будут объединять.</i></p> <p>Вопросы к кейсу:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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?
	<p>Контрольная работа по разделу 4 «Формирование образа рекламируемого объекта»</p>	<p>Кейс 4. Цифровые носители айдентики.</p> <p>Разработанные элементы айдентики наносят на различные объекты и используются в разной форме. Чаще всего в качестве носителей выступают:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. <p>Начиная свою деятельность, бизнесмену стоит пристальное внимание уделить носителям айдентики. Проанализируйте каждый из представленных носителей айдентики. В каком случае продукция или услуги будут востребованными?</p> <p>Кейс 5. Анализ примеров айдентики брендов цифровых продуктов.</p> <p>Во время формирования корпоративного стиля дизайнеры работают сразу с несколькими инструментами.</p>

		<p>Для достижения поставленных целей дизайнеры активно используют множество идентификаторов. Каждый из них выполняет определенную функцию, обеспечивающую достижения поставленной цели. К основным элементам айдентики относят:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 бренда. 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 надежности, 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: <ul style="list-style-type: none"> • декоративные – необычные, уникальные, каждый из них имеет свои отличающиеся черты (толщина, форма, засечки...);
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>На каком из них остановиться?</p> <p>7. Формы и стиль Выбранные геометрические формы должны поддерживаться как в логотипе, так и в оформлении интерьера, бланков и других «дизайнерских элементов».</p> <p>Объясните, как идентификаторы могут повлиять на восприятие бренда и его продукции?</p>
3.	<p>Индивидуальное задание по разделу 3 «Типология логотипов и знаков»</p>	<p>Пример контрольного задания. Тематика для проекта может быть выбрана студентом по желанию. Используется принцип предпроектной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 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.		3
	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		2

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы.		
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 личных нападок, отказ от стереотипов, разжигающих рознь и неприязнь. Отсутствие речевых и грамматических ошибок, отсутствие сленга, разговорных и просторечных оборотов. Эмоциональность и выразительность речи.		5
	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 личных		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	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.		
	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 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		2

5.3 Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Экзамен в письменной форме по билетам	<p>Билет 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 для торговой организации (в рамках изучаемой дисциплины). <p>Билет 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие и элементы 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). <p>Билет 3.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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). <p>Билет 4.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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). <p>Билет 5.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; – логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в вопросе; – свободно выполняет практические задания повышенной сложности, демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой. <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		5	85% - 100%
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание вопросов, имеются несущественные неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4	65% - 84%

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Содержание вопроса раскрыто на базовом уровне, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы, ответ носит репродуктивный характер.</p>		3 41% - 64%
	<p>Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.</p> <p>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.</p>		2 40% и менее 40%

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 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 №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	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

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.
работ (в свободное от учебных занятия и профилактических работ время).	
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	2019	https://znanium.ru/catalog/document?id=425975	
3	Кашевский П.А.	Шрифты	УП	Минск: Вышэйшая школа	2017	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	2015	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	2016	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 организации 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/
	<p>«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/</p>
	SCIENCE INDEX ООО НЭБ http://www.elibrary.ru/
	БД СМН 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