

**Министерство культуры Российской Федерации**

---

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**

**Рабочая программа учебной дисциплины  
«Рекламный дизайн»**

Специальность: 54.05.03 ГРАФИКА  
Специализация: специализация N 5 "Художник анимации и компьютерной графики"

Форма обучения: очная

Выпускающая кафедра: Компьютерной графики и дизайна

Санкт-Петербург  
2018 г.

**Рабочая программа дисциплины «Рекламный дизайн» составлена:**

— в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 54.05.03 ГРАФИКА (приказ Минобрнауки России от 16.11.2016г. №1428)

— на основании учебного плана и карты компетенций специальности 54.05.03 ГРАФИКА и специализации специализация N 5 "Художник анимации и компьютерной графики"

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

### Цели дисциплины:

наблюдение, анализ и обобщение явлений окружающей действительности через художественные образы для последующего создания художественного произведения в области графического искусства, анимации и компьютерной графики

### Задачи дисциплины:

1. изучение сущности рекламы и ее основных видов в современном информационном поле;
2. изучение роли и видов современной рекламной деятельности, функций рекламы в современном обществе;
3. освоение методов генерирования творческой идеи применительно к целям и задачам рекламной деятельности;
4. получение начальных навыков создания различных видов рекламной продукции для разной целевой аудитории

## 1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» (Б1.В).

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Документация в творческих проектах

Живопись академическая

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Научно-производственная практика

Литературоведение для художников и дизайнеров

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

### 1.3.1. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование:

#### • профессиональных компетенций

Индекс компетенции	Наименование	Вес дисциплины в компетенции
ПК-10	<b>Вид деятельности:</b> научно-исследовательская способностью к работе с научной и искусствоведческой литературой, способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии	0,1
ПК-12	<b>Вид деятельности:</b> научно-исследовательская способностью критически переосмысливать накопленный опыт, изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности	0,7

### 1.3.2. Требования к результатам обучения по дисциплине:

#### Знать:

профессиональные понятия и терминологию, используемые при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне

особенности профиля своей профессиональной деятельности на основе разработки документации на творческие проекты и в рекламной деятельности

**Уметь:**

работать с научной и искусствоведческой литературой при разработке документации на творческие проекты

изменять при необходимости профиль своей профессиональной деятельности, на основе знания особенностей и различий творческих проектов, в том числе, рекламных

**Владеть:**

способностью к использованию профессиональных понятий и терминологии, используемых при оформлении документации на творческие проекты и в рекламном дизайне

методами критического переосмысления накопленного опыта и знаний в области творческих проектов, в том числе, рекламных дизайнерских решений

**2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ.**

**2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 54 астроном. час. / 2 зач.ед.

Вид(ы) промежуточной аттестации	Семестр (курс)
зачет	3

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	3(2.1)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД
Практические	31,5	31,5	31,5	31,5
Прочие виды контактной работы	2,3	2,3	2,3	2,3
Контактная работа, всего	33,8	33,8	33,8	33,8
Самостоятельная работа	20,2	20,2	20,2	20,2
<b>Итого</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>54</b>

**2.2. Содержание учебной дисциплины**

**Раздел 1. Цели, задачи и средства рекламной деятельности**

**Тема 1. 1. Цели, задачи и средства рекламной деятельности**

Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Суть, значение и роль рекламы в современном обществе. Цели, задачи, функции рекламы. Классификация рекламы. Виды рекламы. Сущность рекламного процесса

**Раздел 2. История рекламы**

**Тема 2. 1. История развития рекламы**

История рекламы. История развития рекламы в античности. Развитие рекламы в средние века. Новый этап развития рекламы в Новое время. Развитие рекламы в 19 веке. История развития российской рекламы.

**Раздел 3. Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации**

### **Тема 3. 1. Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации**

Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации.

Лексика в рекламе. Правила написания рекламных текстов. Структура рекламного текста. Лексика рекламы. Понятие творческой идеи. Методы генерирования творческих идей. Композиция в рекламном дизайне. Проблемы визуализации информации в рекламе.

### **Раздел 4. Графический дизайн как основной инструмент рекламы**

#### **Тема 4. 1. Графический дизайн как инструмент рекламы**

Графический дизайн как основной инструмент рекламы. Суть и роль графического дизайна в рекламе. Классификация графического дизайна. Школы графического дизайна. Фирменный стиль в рекламе. Значение роль и основные элементы. Закономерности зрительного восприятия формы и пространства в рекламе

### **Раздел 5. Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера**

#### **Тема 5. 1. Фокус группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера**

Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера. Методы исследования эффективности рекламы. Количественные и качественные методы. Эффективность рекламы. Фокус группы как качественные методы исследования

### **Раздел 6. Композиция в графическом дизайне**

#### **Тема 6. 1. Композиция в графическом дизайне**

Композиция в графическом дизайне. Закономерности зрительного восприятия формы и пространства в рекламе. Задачи иллюстрирования в рекламе. Место иллюстрации в объявлении. Представление визуальной информации. Шрифт в рекламе. Композиционные схемы. Пространство. Ритм. Линии как объекты. Типы баланса в графическом дизайне –использование каждого типа в рекламе. Направленность взгляда –правила. Смысловые и механические факторы. Правила передачи движения. Правила передачи покоя.

### **Раздел 7. Иллюстрации в рекламе**

#### **Тема 7. 1. Иллюстрации в рекламе**

Иллюстрации в рекламе. Задачи иллюстрирования в рекламе. Место и размер иллюстрации. Содержание иллюстрации. Использование креативных решений иллюстрации для дизайнерских задач путем композиционных вариаций

### **3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Итого часов	Виды учебной работы				
			Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Индивидуальные занятия	Самостоятельная работа, всего
1	Цели, задачи и средства рекламной деятельности	7,5	0	0	4,5	0	3
1.1	Цели, задачи и средства рекламной деятельности	7,5	0	0	4,5	0	3

2	История рекламы	6	0	0	4	0	2
2.1	История развития рекламы	6	0	0	4	0	2
3	Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации	7	0	0	4	0	3
3.1	Копирайт, творческая идея и проблема визуализации информации	7	0	0	4	0	3
4	Графический дизайн как основной инструмент рекламы	7	0	0	5	0	2
4.1	Графический дизайн как инструмент рекламы	7	0	0	5	0	2
5	Фокус-группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера	8,2	0	0	5	0	3,2
5.1	Фокус группа: проблема оценки и прогнозирования результатов работы дизайнера	8,2	0	0	5	0	3,2
6	Композиция в графическом дизайне	6	0	0	4	0	2
6.1	Композиция в графическом дизайне	6	0	0	4	0	2
7	Иллюстрации в рекламе	10	0	0	5	0	5
7.1	Иллюстрации в рекламе	10	0	0	5	0	5
	<b>ВСЕГО</b>	51,7	0	0	31,5	0	20,2

#### 4. ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

Лабораторный практикум по дисциплине «Рекламный дизайн» в соответствии с учебным планом не предусмотрен.

#### 5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Грудоемкость (час.)
1	Создание проекта плаката социальной рекламы на актуальную тему	4
2	Создание проекта печатной рекламы в каталоге с использованием стилистики модерн	4
3	Создание дизайн-проекта обложки каталога/журнала.	4
4	Создание дизайн-проекта разворота каталога/журнала написанием рекламных текстов и создание идей слоганов.	4
5	Разработка фирменного стиля для компании по выбору с использованием не менее 6 элементов	4
6	Разработка рекламного объявления путём опосредованного представления товара с использованием визуальных иллюзий	5,5
7	Разработка рекламной иллюстрации в соответствии с диагональю чтения, оптическим центром	6

#### 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ У ОБУЧАЮЩИХСЯ НАВЫКОВ КОМАНДНОЙ РАБОТЫ, МЕЖЛИЧНОСТНОЙ КОММУНИКАЦИИ, ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ, ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ

Доклад

#### 7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Успеваемость по дисциплине «Рекламный дизайн» оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с помощью балльно-рейтинговой системы. Формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации доводятся до сведения обучающихся на первом занятии. Оценочные средства в полном объеме представлены в документе «Фонд оценочных средств по дисциплине «Рекламный дизайн»».

### 7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примерные темы докладов.

1. Цели и задачи социальной рекламы
2. История социальной рекламы
3. Эффективность социальной рекламы
4. Социальная реклама в России и на Западе
5. Эффективность транзитной рекламы
6. Транзитная реклама в России и на Западе
7. Особенности и специфика рекламы в журналах
8. История развития журналов
9. Эффективность рекламы в журналах
10. Развитие журналов в России и на Западе
11. Развитие плаката в России
12. Развитие плаката на Западе
13. История развития японской школы плаката
14. Особенности и специфика книжной иллюстрации
15. История технологии создания иллюстрации
16. Мастера детской иллюстрации в России
17. Мастера детской иллюстрации на Западе
18. Особенности и специфика написания рекламных текстов
19. Особенности и специфика написания рекламных текстов для специализированных каталогов
20. Особенности дизайна разворота каталога
21. Эффективность рекламы в журналах
22. Развитие иллюстрации в России и на Западе
23. История развития фирменного стиля компании
24. Развитие фирменного стиля в России
25. Развитие фирменного стиля на Западе
26. История развития логотипа
27. История развития газеты (по своему выбору)
28. Современные концепции дизайна и его роль в рекламе
29. Современные школы графического дизайна
30. Особенности развития азиатской школы рекламы

Примерные тестовые материалы для контроля знаний

1. Деятельность, использующая редакционную часть средств на распространения массовой информации с целью осуществления престижной рекламы, направленной на завоевание благожелательного отношения к товарным семейства или выпускающим фирмам \_\_\_\_\_
  - a. Реклама
  - b. Сейлз прлмоушен
  - c. Паблик релейшенз
  - d. Директ маркетинг
2. Показ мод относится к:
  - a. Слуховым (акустическим) рекламным средствам
  - b. Зрительно-осозательным рекламным средствам
  - c. Зрительно-слуховым рекламным средствам

- d. Зрительно-обонятельным рекламным средствам
- 3. Изобразительная реклама этого периода воплощена геральдической символикой, цеховой и торговой эмблематикой, гравированными летучими листкам и живописными вывесками:
  - a. Античности
  - b. Средние века
  - c. Новое время
  - d. XIX веке
- 4. К доводу «сильного» порядка не относится:
  - a. Цифры
  - b. Термины
  - c. Описание от события
  - d. Довод от чужого авторитета
- 5. Оригинальное начертание полного или сокращенного наименования организации или товара называется
  - a. Девиз
  - b. Логотип
  - c. Рекламный образ
  - d. Слоган

## 7.2. Перечень вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

Теоретические вопросы к зачету

1. Что такое «реклама».
2. В чем состоят основные цели и задачи рекламы?
3. Какую роль выполняет реклама в обществе?
4. Какие существуют классификации рекламы?
5. Что такое «социальная» реклама?
6. Объясните понятия ATL и BTL рекламы.
7. Назовите основных участников рекламного процесса.
8. Охарактеризуйте деятельность глашатаев в эволюции, начиная с античных времен.
9. Проследите развитие устной рекламы в Западной Европе с эпохи античности до XIX века.
10. Как появился лубок в средневековой России?
11. Охарактеризуйте эволюцию рекламного плаката.
12. Чем объясняется отставание в развитии рекламных средств в средние века в России по сравнению с Западом?
13. Охарактеризуйте политическую рекламу в России в XVIII веке.
14. Чем отличается рекламный плакат от афиши?
15. Проследите развитие печатной рекламы в Западной Европе.
16. Охарактеризуйте специфические черты европейской и российской вывески как средства рекламы.
17. Перечислите основные этапы развития рекламы в Западной Европе и России.
18. Что такое креатив в рекламе?
19. Назовите методы генерирования творческой идеи.

Практические вопросы к зачету

1. Какие требования предъявляются к слогану?
2. В чем различие прямых и косвенных заголовков?
3. Роль подзаголовка в структуре рекламного текста
4. В какой части ОРТ нужно располагать наиболее важную информацию?
5. Что такое эхо-фраза?
6. В чем отличие в использовании в рекламе абстрактных и конкретных слов?
7. Перечислите модальные операторы.

8. Что такое графический дизайн?
9. Значение русского конструктивизма для развития мирового графического дизайна.
10. Немецкая школа графического дизайна.
11. Швейцарская школа графического дизайна.
12. Развитие американского плаката в 50- гг. XX века
13. Классификация графического дизайна.
14. Назовите основные продукты графического дизайна.
15. Корпоративный стиль. Роль, цели и задачи.
16. Назовите основные этапы рекламного исследования.
17. В чем различие между первичной и вторичной информацией?
18. Охарактеризуйте основные методы рекламных исследований.
19. Отличие количественных и качественных методов исследования.
20. Что такое опрос?
21. Что такое фокус-группа?

### **7.3. Система выставления оценок по итогам текущего контроля и промежуточной аттестации**

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнении учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Баллы выставляются за все виды учебной деятельности обучающихся в рамках контактной и самостоятельной работы. Также возможно выставление «премиальных» баллов за дополнительные виды деятельности.

Положительная оценка по дисциплине должна быть выставлена по результатам текущего контроля без дополнительных испытаний в ходе промежуточной аттестации студенту, набравшему более 56 баллов.

Студент, набравший менее 56 баллов, для получения положительной оценки должен пройти дополнительные испытания в ходе промежуточной аттестации. Баллы, набранные в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации, суммируются.

Студент, набравший в ходе текущего контроля более 56 баллов, но желающий повысить свой рейтинговый показатель, проходит дополнительные испытания в ходе промежуточной аттестации.

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

**Система оценивания результатов обучения по дисциплине**

<b>Шкала по БРС</b>	<b>Отметка о зачете</b>	<b>Оценка за экзамен, зачет с оценкой</b>
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

В случае прохождения студентом промежуточной аттестации баллы за прохождение испытания выставляется в соответствии со шкалой, представленной в таблице:

### Критерии выставления баллов в ходе промежуточной аттестации

Шкала по БРС	Критерии оценивания
26 – 30	Ответы на вопросы логичные, обнаруживается глубокое знание профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий; очевидны содержательные межпредметные связи; представлена развернутая аргументация выдвигаемых положений, приводятся убедительные примеры; обнаруживается аналитический подход в освещении различных концепций; делаются содержательные выводы, демонстрируется знание специальной литературы в рамках учебного курса и дополнительных источников информации.
20 – 25	Ответы на вопросы изложены в соответствии с планом; в ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полное; не всегда очевидны межпредметные связи; аргументация выдвигаемых положений и приводимых примеров не всегда убедительна; наблюдается некоторая непоследовательность анализа материала; выводы правильные, речь грамотная, используется профессиональная лексика; демонстрируется знание основной литературы в рамках учебного курса.
13 – 19	Ответы недостаточно логически выстроены, план ответов соблюдается непоследовательно; раскрытие профессиональных понятий недостаточно развернутое; выдвигаемые положения декларируются, но не в полной мере аргументируются; ответы носят преимущественно теоретический характер, примеры отсутствуют.
0 – 12	В ответах недостаточно раскрыты профессиональные понятия, категории, концепции, теории; наблюдается стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера; присутствует ряд серьезных неточностей; выводы поверхностные или отсутствуют.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины с использованием балльно-рейтинговой системы по видам учебной работы представлено в фонде оценочных средств по дисциплине и доводится до обучающихся на первом занятии.

## 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### 8.1. Перечень основной литературы

1. Коновалов, Василий Афанасьевич. Рекламный дизайн [Текст] : учебное пособие / В. А. Коновалов, М. А. Нестерова. - СПб. : СПбГУКиТ, 2013. - 67 с.  
[Коновалов, В. А. Рекламный дизайн \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / В. А. Коновалов, М. А. Нестерова. - СПб. : СПбГУКиТ, 2013. - 67 с. Электрон. версия печ. публикации. - Режим доступа: по логину и паролю](#)
2. Уильямс, Робин. Дизайн. Книга для недизайнеров : принципы оформления и типографики для начинающих [Текст] : пер. с англ. / Р. Уильямс. - 4-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2017. - 240 с.  
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>

3. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, пабликрилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. —М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. — 324 с.Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю  
<http://ibooks.ru/reading.php?short=1&isbn=978-5-394-00792-7>
4. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама [Электронный ресурс]. – М.: ДМК Пресс, 2008. – 272 с.:Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю  
<https://ibooks.ru/reading.php?productid=22424>

## 8.2. Перечень дополнительной литературы

1. Рэнд, П. Мысли о дизайне [Текст] : пер. с англ. / П. Рэнд. - Санкт-Петербург : Питер, 2016. - 96 с  
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Байкова И. А. Политическая реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. А. Байкова, 2018. - 210 с. - Электрон. версия печ. публикации. - Режим доступа: по логину и паролю  
[http://books.gukit.ru/pdf//2018/Uchebnaja%20literatura/Bajkova\\_Politicheskaya\\_reklama\\_Uchebnoe\\_posobie\\_2018.pdf](http://books.gukit.ru/pdf//2018/Uchebnaja%20literatura/Bajkova_Politicheskaya_reklama_Uchebnoe_posobie_2018.pdf)

## 8.3. Перечень ресурсов сети «Интернет»

- 1.

## 8.4. Перечень используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине лицензионного программного обеспечения

ОС Microsoft Windows , Microsoft Office ; Adobe Creative Cloud ; Adobe Master Collection CC , CorelDRAW Graphics Suite , ZBrush 4R7 , TVPaint Animation

## 8.5. Перечень используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине профессиональных баз данных и информационных справочных систем

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>  
 Электронная библиотечная система издательства «ЛАНЬ». <http://e.lanbook.com>  
 Электронная библиотечная система Polpred. <https://polpred.com>  
 Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>  
 Электронная библиотека образовательно-издательского центра «Академия». <http://www.academia-moscow.ru>  
 Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <https://elibrary.ru>

## 8.6. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа	Специализированная мебель. Технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории.
Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Специализированная мебель. Технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории.
Помещение для самостоятельной работы	Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

Учебная аудитория для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель. Технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории.
---	--

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Методические материалы студентам очной формы обучения представлены в виде:

- методических рекомендаций по изучению рекомендованной литературы;
- методических рекомендаций по самостоятельной работе;
- методические рекомендации по подготовке докладов, выступлений;
- методических рекомендаций по подготовке к практическим занятиям;

В ходе подготовки к докладам и выступлениям необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Готовясь к докладу, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью. Своевременное и качественное выполнение самостоятельной работы базируется на соблюдении настоящих рекомендаций и изучении рекомендованной литературы. Студент может дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых работ.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса. Студентам рекомендуется получить в учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы по изучению дисциплины. Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). В образовательном процессе выделяется два вида самостоятельной работы – аудиторная, под руководством преподавателя, и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания дисциплины на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- подготовка докладов, сообщений;

Основной формой самостоятельной работы студента является изучение рекомендованной литературы, активное участие на занятиях. Подготовка докладов и выступлений направлена на развитие и закрепление у студентов навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

К выполнению практических заданий следует приступать после ознакомления с рекомендациями, приведенными к работе. Практические задания рекомендуется выполнять в строгом порядке их нумерации и в аудиторное время. При решении задач практической работы нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и

выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками.

Выполнение практических работ является связано с выработкой необходимых навыков в выполнении композиций, наглядных изображений, графических приемов рисования. Графические работы содействуют объяснению теоретического материала. Необходимо отслеживать правильность выполнения и четко формулировать требования к работам, оформляемым для отчета по дисциплине. Это достигается следующим образом: выполняется запись с требованиями к работе в тетради и демонстрируются примеры студенческих работ. Работа выполняется поэтапно, соблюдается методическая последовательность и должный темп в процессе изображения. Графические работы следует выполнять последовательно, т.к. систематичность в работе позволит быстрее и лучше усвоить изученный материал.