



Управление образования Администрации города Вологды
Муниципальное учреждение
дополнительного образования
«ДВОРЕЦ ТВОРЧЕСТВА ДЕТЕЙ и МОЛОДЕЖИ»

Методический совет

Протокол № 3 от 27.01. 2016



Утверждаю: Директор «ДТДиМ»

Митрофанова В.Н. Митрофанова

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
технической направленности**

«Графический дизайн и бренд-менеджмент»

Возраст участников: 14 – 18 лет и старше

Срок реализации: 2 года

**Коротеев Кирилл Алексеевич,
педагог дополнительного образования
«ДТДиМ», ул. Ленинградская, 5**

**Вологда
2016**

Пояснительная записка

Программа «Графический дизайн и бренд-менеджмент» является общеобразовательной общеразвивающей и имеет техническую направленность.

Программа «Графический дизайн и бренд-менеджмент», с одной стороны, знакомит обучающихся с особенностями языка графического дизайна, с другой - помогает более осознанно выбрать будущую профессию тем ребятам, кто хочет продолжить обучение в смежных областях.

Данный курс направлен на развитие у обучающихся художественного вкуса, творческого потенциала, развитых умений и навыков в художественной практике, умение анализировать деятельность и развитие коммуникативных качеств.

Программа является комплексной – в ней используются элементы таких предметов как: «Цветоведение», «Шрифт», «Прикладная графика», «Основы бренда», «Маркетинг», «Реклама и связи с общественностью».

Построена программа на постепенном усложнении заданий и закреплении полученных знаний в ходе выполнения практических заданий. Задания адаптированы и доступны для учащихся 1 и 2 года обучения, учитывают возрастные и психофизические особенности данного возраста.

Содержание программы «Графический дизайн и бренд-менеджмент» направлено на систематизацию знаний о современных графических программах, а также приобретение практических навыков работы с программными продуктами растровой и векторной графики, изучение организации современного коммуникативного пространства; знакомство с основами моделирования творческо-производственного процесса создания рекламного и PR- сообщения. Кроме того, в программе рассматриваются основные модели PR-деятельности и средства рекламного воздействия, достоинства и преимущества каждой из них с учетом маркетингового исследования рынка.

Актуальность. Работа с компьютерной графикой – одно из самых популярных направлений использования персонального компьютера. Люди самых разных профессий применяют компьютерную графику в своей работе. Среди них: исследователи в различных научных и прикладных областях; художники; специалисты по компьютерной верстке; дизайнеры; разработчики рекламной продукции; фотографы и др.

На современном этапе имеется богатый выбор различных учебно-методических комплектов, позволяющих обеспечить подготовку обучающихся в соответствии с требованиями школьного стандарта по информатике. Но на изучение графических редакторов отводится слишком мало учебного времени: если растровый графический редактор Adobe Photoshop рассматривается в школьном курсе информатики, то векторный графический редактор CorelDRAW не рассматривается совсем. Поэтому решение данной проблемы лежит за рамками учебного времени. В связи с этим необходимо более активно использовать возможности дополнительного образования, главным приоритетом которого являются не только знания,

умения и навыки, но и личность обучающегося, с присущими ему индивидуальностью и способностями.

Новизна программы в том, что она не только прививает навыки и умение работать с графическими программами, но и способствует формированию эстетической культуры. Эта программа не даёт “уйти в виртуальный мир”, учит видеть красоту реального мира. Отличительной особенностью является и использование нестандартных материалов при выполнении различных дизайн проектов. Изучение блока графического дизайна и бренд-менеджмента способствует развитию творческого мышления и воображения.

Программу «компьютерная графика и бренд-менеджмент» отличает практическая направленность преподавания в сочетании с теоретической, творческий поиск, научный и современный подход, внедрение новых оригинальных методов и приемов обучения в сочетании с дифференцированным подходом обучения.

Цель: формирование у обучающихся умения владеть компьютером как средством решения практических задач связанных с графикой, развитие интереса к компьютерной графике и дизайну.

Задачи

Образовательные:

1. обучить навыкам и умениям в работе над практическими заданиями, помочь осмыслить язык графического дизайна, его особенности и условности;
2. обучить основам и методике создания и позиционирования бренда;
3. изучить основы композиции, цветоведения, прикладной графики, маркетинга, рекламы и связей с общественностью;
4. дать знания по темам: цветоведение, шрифт, типографика, прикладная графика, основы бренда, маркетинг, реклама и связь с общественностью.

Развивающие:

1. развивать интеллектуальные способности обучающихся;
2. развивать логику;
3. развивать аналитические способности;
4. развивать творческие способности;
5. развивать моторику руки, зрительную память, глазомер;
6. развивать композиционное мышление, художественный вкус, графические умения.

Воспитательные:

1. воспитывать ответственность в отношении к окружающему миру и собственной деятельности;
2. воспитывать любовь к искусству;
3. воспитывать уверенность в своих силах;
4. воспитывать собранность, аккуратность при подготовке к занятию;
5. воспитывать умение планировать свою работу;
6. воспитывать умственные и волевые усилия, концентрацию внимания, логичность и развитого воображения.

Участники программы

Программа рассчитана на детей от 14 до 18 лет и старше.

Данная категория выбрана, так как в этом возрасте наиболее активны познавательные и рефлектирующие процессы. Участников данной возрастной группы эффективно обучать всем представленным в программе целям и развивать указанные умения и навыки.

Основная возрастная категория включает лиц от 14 до 18 лет – именно этот возраст считается оптимальным для усвоения новых знаний.

Сроки реализации

Срок реализации программы - 2 года. Программа рассчитана на 144 часа в год.

Режим, формы занятий

Образовательная программа реализуется поэтапно в течение учебного года на занятиях. Занятия проводятся 2 раза в неделю по 2 учебных часа.

Программа также предусматривает еженедельное **консультирование** участников программы.

При организации занятий используются следующие **формы** деятельности: учебные и тренинговые занятия, тренинги, практикумы, анализ своей деятельности, анализ проектов и проектных идей.

Темы: Рисунок, живопись, мировая художественная культура, компьютерная графика, бренд и брендинг, система идентичности бренда, индивидуальность бренда, стратегические бренд - коммуникационные кампании (реклама, PR), маркетинг, приобретение практических навыков предполагают:

1. Лекционные занятия
2. Занятия практикумы
3. Решение кейсов
4. Аналитические занятия
5. Контрольные задания
6. Экзаменационные занятия
7. Тренинги от специалистов

Формы подведения итогов реализации программы

В течение учебного года проводятся:

- текущая аттестация в форме опроса, решения кейсов;
- промежуточная аттестация в форме решения кейсовых заданий;
- итоговая аттестация по завершении изучения образовательной программы в форме экзамена.

Ожидаемые результаты

Личностные результаты

У обучающихся будут сформированы:

- устойчивый интерес к культуре и искусству;
- личностное и профессиональное определение, успешное прохождение программы может служить дальнейшим профориентационным вектором для выбора смежных профессий;
- эстетические потребности, заинтересованное отношение к развитию современного искусства.

Метапредметные результаты

Регулятивные универсальные учебные действия

Обучающийся научится:

- ставить цель своей деятельности;
- планировать свои действия;
- вносить коррективы в действия на основе оценки и учета сделанных ошибок;
- прогнозировать результаты ;
- выбирать наиболее эффективные способы решения задач в зависимости от конкретных условий.

Коммуникативные универсальные учебные действия

Обучающийся научится:

- ставить вопросы и инициативно сотрудничать в поиске и сборе информации;
- соблюдать корректность в высказываниях и контролировать свои действия;
- договариваться и приходить к общему решению с педагогом и обучающимися;
- выражать свои мысли в соответствии с задачами и условиями коммуникации.

Познавательные универсальные учебные действия

Обучающийся научится:

- осуществлять поиск необходимой информации, перерабатывать полученную информацию, делать выводы, используя информацию, полученную на занятиях;
- осуществлять анализ результатов своей творческой деятельности;
- использовать знаково-символические средства;
- анализировать ситуацию, строить логические цепи рассуждений;
- устанавливать аналогии;
- устанавливать причинно – следственные связи.

Предметные результаты

Обучающиеся по данной образовательной программе:

- приобретут систему знаний по теории организации бренда, изучат основы компьютерной графики, научатся разрабатывать стратегии маркетинговых кампаний, изучат основы аналитики, разовьют логическое мышление, изучат механизмы составления разработки фирменного стиля;
- приобщатся к деятельности в сфере современного искусства;
- будут проявлять интерес к культуре и искусству;

- научатся основам организации пиар-кампаний.

Учебно-тематический план 1 год обучения

	Теория	Практика	Всего	Итоги (форма аттестации)
Вводное занятие	2		2	
Основы техники безопасности	1			
Ознакомление с учебной программой, планом занятий и мероприятий.	1			
Тема 1. Рисунок	8	28	36	
Основы композиции, симметрия, асимметрия	2	6		
Основы графики	2	6		
Шрифт	2	4		
Основы академического рисунка	2	12		
Тема 2. Живопись	8	50	58	
Цветоведение	2	4		
Фактура	2	2		
Натюрморт	2	32		
Клазура		4		
Пейзаж	2	8		
Тема 3. Мировая художественная культура	8	2	10	
Основы мировой художественной культуры	8			
Аттестационное занятие		2		Текущая аттестация – устный опрос
Тема 4. Компьютерная графика	6	14	20	
Основы Coral Draw	2	6		
Основы векторной графики	2	4		
Основы растровой графики	2	4		
Тема 5. Промежуточная аттестация		18	18	
Натюрморт (живопись)		6		
Натюрморт (рисунок)		6		
Создание айдентики в графическом редакторе		6		
Итого	32	112	144	

Содержание образовательной программы 1 год обучения

Вводное занятие

Теория – 2 часа

- Основы техники безопасности
- Ознакомление с учебной программой, планом занятий и мероприятий.

Тема 1: Рисунок – 36 часов

Основы композиции, симметрия, асимметрия.

Теория – 2 часа

- Освоение композиционных приёмов «Основы композиции, Симметрия, Асимметрия»

Практика – 6 часов

- Выполнение технического рисунка в карандаше на формате А3

Основы графики.

Теория – 2 часа

- Освоение штриха, тона, полутона, бликов, теней, полутеней,.

Практика – 6 часов

- Создание таблицы градиента штриха
- Выполнение натюрморта «яйцо и драпировка» на формате А3

Шрифт

Теория – 2 часа

- Знакомство с особенностями шрифтового решения.
- Ознакомление с понятиями каллиграфия, леттеринг

Практика – 4 часа

- Выполнение 2 шрифтовых композиций на формате А3

Основы академического рисунка

Теория – 2 часа

- Ознакомление со строением человека
- Ознакомление с основными элементами человеческой фигуры (голова, череп, рука, нога, губы, глаза, нос, ухо)

Практика – 12 часов

- набросок черепа, рук, ноги, губ, глаз, носа, уха
- Построение головы

Тема 2: Живопись – 58 часов

Цветоведение

Теория – 2 часа

- Знакомство с цветоведением.

Практика – 4 часа

- Выполнение упражнений на однотоновую гармонию (ахроматическую), на контрастную гармонию, на родственно – контрастную гармонию, на родственную гармонию.

Фактура

Теория – 2 часа

- Основные методы создания фактуры

Практика – 2 часа

- Фактура дерева А6
- Звёздная пыль А6
- Небо А6
- Фактура камня А6

Натюрморт

Теория – 2 часа

- Знакомство с особенностями декоративных композиций
- Освоение приёмов передачи цвета, света и теней, рефлексов, бликов, формы, передачи предмета в пространстве.

Практика – 32 часа

- 4 натюрморта на формате А2

Клаузура

Практика – 4 часа

- Создание композиции из предметов отображающих деятельность цирка, театра, изобразительного искусства, спорта по выбору.

Пейзаж

Теория – 2 часа

- Закрепление знаний передачи предмета в пространстве и цвете
- Реалистичность передачи природы
- Закрепление знаний по колористике

Практика – 8 часов

- 2 работы пленэрного плана

Тема 3: Мировая художественная культура - 10 часов

Основы мировой художественной культуры

Теория – 8 часов

- Основные мировые художники, их работы
- Направления живописи
- История живописи.

Аттестационное занятие

Практика – 2 часа

- Устный опрос, направленный на знание художников и их работ, знание направлений живописи, истории живописи.

Тема 4: Компьютерная графика - 20 часов

Основы Coral Draw

Практика – 8 часов

- Подготовка к упражнению
- Прохождение упражнения
- Анализ

Основы векторной графики

Теория – 2 часа

- Принципы векторной графика

Практика – 4 часа

- Моделирование предметов

Основы растровой графики

Теория – 2 часа

- Принципы растровой графики

Практика – 4 часа

- Изучение инструментов в растровой графике
- Создание банеров

Тема 5: Промежуточная аттестация – 18 часов

Натюрморт (живопись)

Практика – 6 часов

- Выполнение натюрморта с использованием одной из прошедших техник

Натюрморт (рисунок)

Практика – 6 часов

- Выполнение натюрморта с использованием правил академического рисунка.

Создание айдентики в графическом редакторе

Практика – 6 часов

- Создание футболки
- Создание календаря
- Создание корпоративного ежедневника

**Учебно-тематический план
2 год обучения**

	Теория	Практика	Всего	Итоги, форма аттестации
Вводное занятие	2		2	
Основы техники безопасности	1			
Ознакомление с учебной программой, планом занятий и мероприятий.	1			
Тема 1. Бренд и брендинг: основные понятия	6	12	18	
Брендинг	2	2		
Слоган рекламный	2	2		
Элементы фирменного стиля	2	8		
Тема 2. Система идентичности бренда Индивидуальность бренда	8	16	24	
Фирменный шрифт	2	2		
Разработка имиджевой продукции	4	8		
Нейминг	2	2		
Аттестационное занятие		4		Решение кейса - Разработка фирменного стиля
Тема 3. Стратегические бренд-коммуникационные кампании (реклама, PR)	8	10	18	
Разработка бренда	2	2		
Создание бренда		2		
Архитектура бренда	4	4		
Аттестационное занятие		2		Решение кейса – разработка стратегии бренда.
Тема 4. Маркетинг	18	28	46	
Содержание и методы маркетинговых исследований	4	4		
Система маркетинговых коммуникаций	4	2		
Реклама и рекламная деятельность	4	2		
Маркетинг в социальных сетях	2	6		
Связи с общественностью	4	6		
Аттестационное занятие		8		Решение кейса – маркетинговые коммуникации.
Тема 5. Итоговая аттестация	10	28	40	
Проектный менеджмент	4	8		
Создание сайта портфолио	2	6		
Разработка медиа-плана	2	8		
Итоговый кейс		6		Работа в графических программах
Итого	50	94	144	

Содержание образовательной программы 2 год обучения

Вводное занятие

Теория – 2 часа

- Основы техники безопасности
- Ознакомление с учебной программой, планом занятий и мероприятий.

Тема 1: Бренд и брендинг: основные понятия – 36 часов

Брендинг

Теория – 2 часа

- История появления брендинга

Практика – 2 часа

- Генерация бренд идеи

Слоган рекламный

Теория – 2 часа

- Методы генерации рекламного слогана

Практика – 2 часа

- Генерация рекламного слогана

Элементы фирменного стиля

Теория – 2 часа

- Основные элементы фирменного стиля

Практика – 8 часов

- Создание логотипа
- Создание айдентики
- Создание фирменного шрифта

Тема 2: Система идентичности бренда Индивидуальность бренда - 24 часа

Фирменный Шрифт

Теория – 2 часа

- Ознакомление с понятиями каллиграфия, леттеринг.

Практика – 2 часа

- Создание своего фирменного шрифтового логотипа.

Разработка имиджевой продукции

Теория – 4 часа

- Ознакомление с понятиями уникальной атрибутики
- Понятия имиджа

Практика – 8 часов

- Создание своей имиджевой продукции

Нейминг

Теория – 2 часа

- Понятие нейминга

Практика – 32 часа

- Разработка уникального названия бренда

Аттестационное занятие

Практика – 4 часа

- Решение кейса - Разработка фирменного стиля

Тема 3: Стратегические бренд - коммуникационные кампании (реклама, PR) – 18 часов

Разработка бренда

Теория – 2 часа

- Основные виды бренда

Практика – 4 часа

- Апробация методик позиционирования бренда
- Апробация ребрендинга (рестайлинг, репозиционирование бренда)

Создание бренда

Практика – 2 часа

- Создание бренда по тематикам

Архитектура бренда

Теория – 4 часа

- Стратегии оформления бренд идеи

Практика – 4 часа

- Реализация различных видов архитектуры бренда

Аттестационное занятие

Практика – 2 часа

- Решение кейса – разработка стратегии бренда.

Тема 4: Маркетинг -46 часов

Содержание и методы маркетинговых исследований

Теория – 4 часа

- Основные понятия маркетинговых исследований
- Структуризация знаний о маркетинге

Практика – 4 часа

- Пробы всех видов защиты

Система маркетинговых коммуникаций

Теория – 4 часа

- Ознакомление с понятиями маркетинговых коммуникаций

Практика – 2 часа

- Практическое изучение системы маркетинговых коммуникаций

Реклама и рекламная деятельность

Теория – 4 часа

- Основные понятия рекламы

Практика – 2 часа

- Создание рекламной атрибутики

Маркетинг в социальных сетях

Теория – 2 часа

- Лекция по маркетингу в социальных сетях

Практика – 6 часа

- Создание и продвижение публичных страниц

Связи с общественностью

Теория – 4 часа

- Основные принципы пиар-компании в позиционировании бренда

Практика – 6 часов

- Продвижение своего бренда

Аттестационное занятие- 8 часов

Практика – 4 часа

- Решение кейса - маркетинговые коммуникации.

Тема 5: Итоговая аттестация – 40 часов

Проектный менеджмент

Теория – 4 часа

- Проектный менеджмент в маркетинге и дизайне

Практика – 8 часа

- Генерация проекта
- Планирование проекта
- Создание скелета проекта

Создание сайта портфолио

Теория – 2 часа

- Основные форматы и виды современного сайта

Практика – 6 часа

- Создание сайта

Разработка медиа-плана

Теория – 2 часа

- Основы медиа планирования

Практика – 8 часа

- Составление медиа-плана

Итоговый кейс

Практика – 6 часа

- Итоговый кейс – работа в графических программах

Календарный учебный график

1. Продолжительность учебного года составляет 36 учебных недель.
2. Учебные занятия начинаются с 15 сентября и заканчиваются 25 мая.
3. Учебные занятия проводятся в соответствии с расписанием, утверждённым директором МОУ ДОД «ДТДиМ».
4. Продолжительность одного учебного занятия составляет 45 минут. Спаренные занятия проводятся с 10 минутным перерывом.
5. В каникулярное время занятия проводятся по дополнительному расписанию.
6. Нерабочие и праздничные дни – в соответствии с Постановлением Правительства РФ.
7. Аттестация воспитанников – текущая, промежуточная, итоговая, проводится согласно образовательной программе педагога.
8. Итоговая аттестация проводится до 25 мая.

Методическое обеспечение программы

Приёмы и методы организации учебно-воспитательного процесса

Методы обучения

В данной образовательной программе используются такие методы как:

Устное изложение учебного материала - это метод обучения, предполагающий монологическое одностороннее воздействие на обучающихся. В работе используются следующие виды устного изложения: рассказ, объяснение, инструктирование, лекция.

Обсуждение изучаемого материала - это метод обучения, предполагающий активное взаимодействие и влияние педагога и обучающегося друг на друга. Используются следующие его виды: беседа.

Решение кейсов – это метод обучения, использующий описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшие из них. Кейсы основаны на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации. В работе используются следующие механизмы: решение поставленных в кейсе задач, упражнения на отработку теоретического материала, задания на решение задач творческим путём.

Демонстрация (показ) - это метод обучения, строящийся на основе показа в данной программе методы и способы работы с вспомогательными инструментами, компьютерными программами.

Упражнение - это метод обучения, предполагающий многократное, сознательное повторение умственных и практических действий с целью формирования, закрепления и совершенствования необходимых навыков и умений. В данной образовательной программе используется в практикумах для освоения инструментов в компьютерных редакторах.

Методы самостоятельной работы — самостоятельная работа, выполняемая обучающимися по заданию педагога и осуществляемая при его непосредственном или опосредованном руководстве, и самостоятельная работа.

Методы контроля и самоконтроля в обучении — методы получения информации о результативности процесса обучения. Позволяют установить, насколько готовы обучающиеся к восприятию и усвоению новых знаний, выявить причины их затруднений и ошибок, определить эффективность организации, методов и средств обучения и т.д.

Используются:

устные - индивидуальный, фронтальный опросы;

письменные – тесты;

практические - практические работы, кейсы, экзаменационные работы;

наблюдение за деятельностью;

самоконтроль через анализ собственной деятельности

Данные методы используются при анализе деятельности обучающихся, при организации текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Методы воспитания:

В данной программе используются такие методы воспитания как:

Метод убеждения - основной метод воспитания, представляющий собой воздействие педагога на рациональную сферу сознания обучающихся. Он обеспечивает решение главной задачи воспитания школьников - формирования их мировоззрения, высоких гражданских и политических качеств, сознательной убежденности. Для данной программы он характерен в изучении основ мировой художественной культуры.

Метод упражнения - система организации повседневной жизни, процесса обучения, деятельности, которая позволяет накапливать опыт правильного поведения, самостоятельности в решении задач, развивать их индивидуальные качества, чувства и волю, формировать положительные привычки, обеспечивать единство между знаниями, убеждениями и поведением, словом и делом. В данной программе это развитие логики и мышления, а также самостоятельность в принятии решений.

Метод примера представляет собой целеустремленное и планомерное воздействие на сознание и поведение системой положительных примеров, призванных служить им образцом для подражания, основой для формирования идеала коммуникативного поведения, стимулом и средством самовоспитания. В данной программе методом примера служат специалисты в областях графического дизайна и рекламы, которые показывают профессионализм в деятельности.

Методы контроля и самоконтроля - пути получения информации об эффективности воспитательных воздействий. Используются - *педагогическое*

наблюдение, беседа, опросы, анализ результатов деятельности обучающихся, создание контрольных ситуаций.

Материально техническое обеспечение программы

Для реализации программы создан ***Фонд методических материалов***

1. Разработки занятий по темам
2. Дидактический и раздаточный материал по темам
3. Собраны формы анализа образовательной деятельности

Техническое оснащение занятий

Для организации занятий по программе оборудован учебный кабинет, рассчитанный на 15- 20 человек

В кабинете имеются:

1. столы и стулья;
2. доска;
3. необходимые материалы для рисования;
4. ноутбуки с установленным программным обеспечением;

Всё оборудование используется для образовательной деятельности, практических работ, самостоятельной работы обучающихся.

Результативность программы

Для подведения итогов используются следующие формы отслеживания результатов:

1. Текущие аттестационные работы, проходящие в устном режиме и в режиме решения кейсов. Устный опрос проверяет уровень освоения обучающимся той или иной темы, а кейсы освоение и применение полученных знаний и механизмов.

2. Промежуточные аттестационные работы, проходят в режиме устного опроса, а так же решения кейсов

3. Итоговая аттестация по завершении изучения образовательной программы. Представлена в виде выполнения экзаменационных работ за первый год обучения и выполнением итогового кейса на изученные за второй год темы. В данных вариантах итоговой аттестации отслеживается уровень полученных знаний. Отметка о зачёте ставится в журнале учёта образовательной деятельности.

4. Разработка и организация самими обучающимися городского конкурса по визуальному искусству.

Оценивается качество и техники, которым обучали. Проверяется знание правил той или иной художественной техники.

5. Участие в художественных конкурсах различного уровня.

Отслеживается теоретическая подготовка, предусмотренная образовательной программой.

Критерии:

- соответствие теоретических знаний программным требованиям;
- осмысленность и правильность использования специальной терминологии.

Уровни:

Низкий уровень – обучающийся овладел менее чем 1/2 объема знаний, не употребляет специальную терминологию. Обучающийся владеет неглубокими знаниями дизайн-технологий.

Средний уровень - объем усваиваемых знаний составляет более 1/2 изученного, использует специальную терминологию. Обучающийся владеет достаточной ориентацией в дизайнерской среде.

Высокий уровень — обучающийся освоил весь объем знаний, предусмотренных программой за данный год, специальные термины употребляет осознанно в полном соответствии с их содержанием. Обучающийся самостоятельно ведет поиск новых оригинальных решений поставленных творческих задач, посредством знаний и умений в области дизайна.

Практическая подготовка, предусмотренная образовательной программой

Критерии:

- соответствие практических умений и навыков программным

требованиям;

Уровни:

Низкий уровень – обучающийся овладел менее половины предусмотренных программой умений и навыков, испытывает затруднения при практической деятельности. Задания выполняет на низком уровне сложности, не аккуратно.

Средний уровень - объем усвоенных умений и навыков составляет более половины предусмотренного программой, выполняет задания с помощью педагога, соблюдая при этом основные правила пройденного теоретического материала. Выполняет работу на среднем уровне сложности, аккуратно, но с недочетами.

Высокий уровень - обучающийся овладел почти всеми практическими умениями и навыками, самостоятельно реализует поставленные задачи и не требует помощи из внешних источников. Работы выполняет на высоком уровне сложности, самостоятельно, аккуратно.

Список литературы

1. Аббасов, Ифтихар Балакиши оглы. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS6: учебное пособие для вузов / И. Б. Аббасов. - Изд. 3-е., перераб. - М. : ДМК, 2013. - 235 с.
2. Борисов, Борис Леонидович. Технология рекламы и PR: учеб. пособие / Б.Л. Борисов. - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. - 624 с.
3. Годин, Александр Михайлович. Маркетинг: учебник / А.М. Годин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К°, 2004. - 728 с. - Библиогр.: с. 712-726.
4. Грановский, Леонид Гуамович. Творческая реклама: эффективные принципы бизнеса: учеб. пособие / Л.Г. Грановский, В.Л. Полукаров. - М. : Дашков и К°, 2003. - 260 с. - Библиогр.: с. 224-226.
5. Графический дизайн: мастер-класс / [науч. ред. Валентина Крылова]. - М. : РИП-холдинг, 2012. - 256 с.
6. Данько, Тамара Петровна. Электронный маркетинг: учеб. пособие / Т. П. Данько, Н. Б. Завьялова ; ред.: Т. П. Данько, Н. Б. Завьялова, О. В. Сагинова. - М. : ИНФРА-М, 2003. - 377 с.
7. Дизайн. Основные положения. Виды дизайна. Особенности дизайнерского проектирования. Мастера и теории: ил. слов.-справ. : учеб. пособие / [Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов и др. - М. : Архитектура-С, 2004. - 2873, [2] с. : цв. ил., ил. - Библиогр.: с. 274-275.
8. Кричевский В. Типографика в терминах и образах: книга в 2 т., 2010.
9. Курушин, Владимир Дмитриевич. Графический дизайн и реклама/ Курушин В. Д. - 2-е изд., стер. - М. : ДМК Пресс, 2012. - 270 с.
10. Овчинникова, Раиса Юрьевна. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для вузов / Р. Ю. Овчинникова ; ред. Л. М. Дмитриева. - М. : ЮНИТИ, 2009. - 238.
11. Рунге, В. Ф. Основы теории и методологии дизайна: учеб. пособие для вузов / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : МЗ Пресс, 2005. - 366 с.
12. Тозик, Вячеслав Трофимович. Компьютерная графика и дизайн: учебник для спо / В. Т. Тозик, Л. М. Корпан. - 4-е изд., стер. - М. : Академия, 2014. - 200.

Список литературы для обучающихся

1. Луптон Э. Графический дизайн от идеи до воплощения. / Пер. с англ. В. Иванов. – СПб.: Питер, 2014-184 с.:ил.
2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях.
3. Шервин Д. Креативная мастерская: 80 творческих задач дизайнера / Пер. с англ. С. Силинский. – СПб.: Питер, 2013 – 240 с.:ил.