

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра "Менеджмент, маркетинг и реклама"

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«20» января 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.12 Компьютерные технологии и дизайн-проектирование в рекламе

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2020

Автор программы:

Кандидат педагогических наук, Королева Анна Валерьевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры "Менеджмент, маркетинг и реклама" «11» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «20» января 2021 г. № 5.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	4
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	26
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	28
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	29

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский
- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	Заочная (семестр)
		4	4
1	Интернет-маркетинг	+	+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Компьютерные технологии и дизайн-проектирование в рекламе» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Компьютерные технологии и дизайн-проектирование в рекламе» изучается в 5, 6 семестрах.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 10 з.е.

Очная: 10 з.е.

Заочная: 10 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	360	360
Контактная работа	170	40
Лекции (Лекции)	80	18
Практические (Практ. раб.)	90	22
Самостоятельная работа (СР)	154	307
Экзамен	36	9
Зачет	-	4

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
5 семестр								
1	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и использование	6	1	6	2	12	22	собеседование, опрос
2	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR.	8	1	10	2	14	26	Другие формы контроля
3	Компьютерные сети. Интернет	8	2	6	2	14	22	собеседование, опрос
4	Прикладное программное обеспечение	8	2	6	2	12	22	собеседование, опрос
5	Компьютерная графика	10	2	12	2	12	30	собеседование, опрос; Тестирование
6 семестр								
6	Векторная компьютерная графика	8	2	10	2	20	38	Другие формы контроля
7	Растровая компьютерная графика	8	2	10	2	16	40	Другие формы контроля
8	Web-дизайн	8	2	8	4	12	39	собеседование, опрос
9	Издательские системы	8	2	10	2	20	28	Другие формы контроля

10	Оценка эффективности рекламного продукта	8	2	12	2	22	40	собеседование, опрос; Тестирование
----	--	---	---	----	---	----	----	------------------------------------

Тема 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и использование (ОПК-6)

Лекция.

Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламной деятельности. Роль современных информационных технологий в рекламе. Компьютерные технологии в рекламных исследованиях, в планировании рекламной кампании, в содержании рекламной продукции и оценке эффективности рекламной деятельности. Информация в рекламе. Понятие, виды и функции информации в рекламе. Информационная база рекламных исследований.

Практическое занятие.

1. Представление о программных мультимедийных средах. Мультимедиа, системы мультимедиа. Назначение и структура презентаций. Основные виды презентаций и их использование в рекламной деятельности. Основные приемы создания и правила оформления дизайна презентаций.
2. Деятельность по созданию рекламного продукта
3. Контент и дизайн: диалектическое взаимодействие.
4. Информационные и композиционные элементы рекламных сообщений.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Создание рекламной концепции.

Тема 2. Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR. (ОПК-6)

Лекция.

Представления о технических и программных средствах телекоммуникационных технологий. Представления о технических и программных средах телекоммуникационных технологий. Интернет-технологии, способы и скоростные характеристики подключения. Электронные словари и библиотеки в Интернет. Использование поисковых серверов. Особенности поиска по группе слов.

Основные характеристики компьютеров. Многообразие компьютеров. Многообразие внешних устройств, подключаемых к компьютеру. Функциональное назначение периферийного оборудования. Понятие программного обеспечения ЭВМ. Классификация ПО ПЭВМ. Пакеты прикладных программ для решения задач по рекламе и PR. ОС: назначение, основные характеристики.

Общие сведения об ЭВМ и их классификация. Персональные ЭВМ. Состав и назначение основных устройств. Внешние устройства ПЭВМ и перспективы их развития. Эволюция видеоподсистем компьютера. Назначение, структура, основные характеристики видеоплат. Основные характеристики мониторов. Печать графических изображений. Сканеры. Графические рабочие станции.

Практическое занятие.

Информация и информационные процессы в рекламе и PR.

Основные этапы развития информационного общества. Этапы развития технических средств информационных ресурсов. Виды профессиональной деятельности человека с использованием технических средств и информационных ресурсов.

Основные подходы к понятию и измерению информации. Понятие информации. Виды информации. Способы представления информации. Свойства информации. Способы измерения объема информации. Кодирование информации.

Средства информационных и коммуникационных технологий в рекламе и PR. Основные характеристики компьютеров. Многообразие компьютеров. Многообразие внешних устройств, подключаемых к компьютеру. Функциональное назначение периферийного оборудования. Понятие программного обеспечения ЭВМ. Классификация ПО ПЭВМ.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Пакеты прикладных программ для решения задач по рекламе и PR. ОС: назначение, основные характеристики.

Тема 3. Компьютерные сети. Интернет (ОПК-6)

Лекция.

Понятие компьютерных сетей. Сетевое аппаратное обеспечение, сетевое программное обеспечение. Топология сетей. Локальные сети, глобальные сети – Интернет. Поиск информации в Интернет. Поисковые машины, поисковые каталоги. Web-технология. Организация защиты информации в Интернет.

Практическое занятие.

Создание эффективного рекламного продукта.

Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта.

Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы, формирование творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь).

Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды («жесткая» и «мягкая» продажа, «лекция» и «драма»); нетрафаретный, неформальный стиль рекламного обращения; юмор и активизация позитивных эмоций у потребителя.

Рекламные формулы: прямое обращение, демонстрация, сравнение товаров, свидетельство рекламных персонажей.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Разработка основной идеи рекламы и цели создания качественного текста.

Тема 4. Прикладное программное обеспечение (ОПК-6)

Лекция.

Назначение и виды прикладного программного обеспечения ЭВМ. Классификация программных приложений. Редакторы, базы данных, электронные таблицы, средства подготовки презентаций и изданий. Системы автоматизированного проектирования. Автоматизированные системы обработки данных, их возможности при решении задач рекламы. Составные документы. Интеграция приложений. Пакеты прикладных программ по медиапланированию и статистической обработке данных. Системы мультимедиа, компьютерная обработка аудио- (звук, речь, музыка) и видеоданных, анимация, мультипликация. Офисные программы.

Практическое занятие.

1. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм. Знаковые системы и технологии материальной цивилизации как наследственные признаки рекламных жанров.
2. Генезис устных жанров рекламы. Жанры современной радиорекламы: прямое объявление, музыкальная заставка, жанровая сценка, оригинальное представление. Творческие и производственные технологии создания радиорекламы.
3. Изобразительные жанры рекламы. Жанр вывески. Современные технологии оформления витрин. Жанрообразующие признаки рекламного плаката.
4. Системы письменных жанров рекламы. Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы.
5. Жанры телевизионной рекламы. Преимущества и недостатки использования телеэфира в рекламном творчестве. Творческие технологии в создании рекламных роликов. Анимация, живое действие, специальные эффекты.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Разработка названий для товаров – brand name.

2. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.

Тема 5. Компьютерная графика (ОПК-6)

Лекция.

Роль компьютерной графики в рекламе. Основные понятия компьютерной графики. Растровая и векторная компьютерная графика. Цвет в компьютерной графике. Форматы хранения графических изображений. Двухмерная и трехмерная компьютерная графика. Двухмерные и трехмерные сцены.

Практическое занятие.

1. Художественный креатив в создании рекламного объявления.
2. Композиция рекламного сообщения. Использование композиции.
3. Этапы проработки композиции.
4. Выбор наиболее эффективных видов композиции.
5. Конструирование упаковки.
6. Виды упаковок. Специалисты по конструированию упаковки, их функции..

Условия изменения упаковки.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Визуальные средства рекламы.
2. Назначение визуальных средств. Технические методы. Выбор визуального средства.
3. Практические технологии фоторекламы.

Тема 6. Векторная компьютерная графика (ОПК-6)

Лекция.

Алгоритмы отрисовки простейших геометрических фигур. Геометрические преобразования. Работа с векторными графическими редакторами. Графические редакторы CorelDraw и Adobe Illustrator. Основные приемы работы с векторными графическими редакторами.

Практическое занятие.

Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации.

Технология и планирование печатного производства.

Типография: классы шрифтов, группы шрифтов, семейство шрифтов. Структура и единицы измерения шрифта.

Способы типографского набора. Набор на пишущих машинах. Фотонабор. Компьютерный набор. Технология набора.

Печать. Подготовка рекламных материалов к печати. Способы печати. Цветная печать.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Подготовка материалов для издания. Выбор бумаги.

Тема 7. Растровая компьютерная графика (ОПК-6)

Лекция.

Работа с растровыми графическими редакторами. Растровый графический редактор PhotoShop. Разработка графических изображений для Интернет с помощью PhotoShop.

Практическое занятие.

Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации.

Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Разработка концепции.

Типы телерекламы. Техника производства телерекламы. Анимация. Живое действие. Специальные эффекты.

Процесс производства. Подготовительный этап. Производственный этап. Завершающий этап. Кино и видео. Затраты.

Основы операторского искусства и сценарного мастерства.

Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Написание сценария радиорекламы. Типы радиорекламы.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Производство рекламного продукта для сети Интернет.

Тема 8. Web-дизайн (ОПК-6)

Лекция.

Основные понятия и определения Web-дизайна. Структура Web-документа. Преимущества и недостатки Web. Стилизация, принципы организации Web-документов. Реклама в Web. Основы дизайна Web-страниц. Использование цвета в Web. Мультимедиа в Web, преимущества и недостатки.

Практическое занятие.

1. Художественное редактирование в рекламе.
2. Реклама и искусство. Роль крейтора в рекламном творчестве. Художественный редактор. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе.
3. Художественный дизайн в рекламе. Компьютерный дизайн в рекламе. Режиссура рекламы.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Метаграфика рекламного сообщения и фирменный стиль.
2. Метафора, метонимия и аналогия в рекламном сообщении.
3. Семиотические модели в рекламе.

Тема 9. Издательские системы (ОПК-6)

Лекция.

Обзор основных издательских систем предназначенных для разработки и подготовки к печати газет, журналов книг и любой полноцветной печатной продукции. Методы и приемы компьютерной верстки. Разработка и подготовка к печати документов различных форматов. Работа с графическими изображениями, импорт и экспорт файлов в формат PDF. Размещение готовых публикаций в Интернет.

Практическое занятие.

1. Технология создания и обработки текстовой информации, использование. Основные возможности настольных издательских систем: создание, организация, основные способы преобразования (верстки) текста. Текстовый редактор: назначение и основные функции. Ввод, редактирование и форматирование текста.
2. Технология создания и обработки числовой информации. Электронные таблицы: назначение и основные возможности. Основные форматы данных. Ячейка, абсолютная и относительная адресация. Ввод и редактирование данных. Оформление таблицы. Табулирование и построение графиков функций. Статистические функции. Построение и форматирование диаграмм.
3. Представление об организации баз данных и системах управления базами данных рекламного агентства. Основные понятия баз данных и систем управления базами данных. Структура данных и система запросов на примерах баз данных различного назначения: рекламные, социальные, библиотечные и др. Использование системы управления базами данных для решения задач рекламного агентства.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Будущее рекламного продукта: ключевые изменения во взаимодействии людей с идеями, сообщениями и друг с другом.
2. Будущее рекламного продукта: Продукты, созданные людьми. Продукты с открытым кодом.
3. Будущее рекламного продукта: Платформинг продукта. Прозрачные потребители, прозрачные продукты, прозрачные компании.
4. Будущее рекламного продукта: Трансформация реальности. Брендový контент. Медиа как креатив.

Тема 10. Оценка эффективности рекламного продукта (ОПК-6)

Лекция.

Оценка художественной ценности рекламного продукта. Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта. Ограничения оценки художественной стороны рекламного продукта. Основные конкурсы по креативу рекламных произведений. Ведущие зарубежные и отечественные критерии в области рекламы.

Оценка социально-психологической эффективности рекламного продукта. Понятие социально-психологической эффективности рекламного продукта.

Эмпирический подход к маркетингу и рекламе. Основные экспериментальные методы тестирования рекламных сообщений на распознаваемость, узнавание, запоминаемость, убедительность. Ассоциативный тест, семантическая дифференциация, метод фокус-группы.

Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей. Эффективность рекламного продукта и имидж компании.

Социальная этика, правовые нормы и оценка рекламного продукта.

Практическое занятие.

1. Оценка маркетинговой и коммуникативной эффективности рекламного продукта.
2. Маркетинговая и коммуникативная эффективность рекламного продукта.
3. Эффективность рекламной кампании и эффективность рекламного продукта.
4. Оценка эффективности рекламного продукта на когнитивном, аффективном и коннотативном уровнях.
5. Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного продукта.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение темы

1. Оценка экономической эффективности рекламного продукта.
2. Финансово-экономические показатели и методы оценки эффективности рекламного продукта. Затраты и прибыль.
3. Коммерческие показатели и методы оценки эффективности рекламного продукта. Объемы сбыта и рыночная доля.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

5 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 40 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и использование	собеседование, опрос	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
2.	Телекоммуникационные технологии в решении задач рекламы и PR.	Другие формы контроля	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
3.	Компьютерные сети. Интернет	собеседование, опрос	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>

4.	Прикладное программное обеспечение	собеседование, опрос(контрольный срез)	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
5.	Компьютерная графика	собеседование, опрос	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
		Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Время ответа на вопросы теста составляет 45 минут.</p> <p>Тест содержит 30 вопросов:</p> <p>10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте.</p> <p>9 баллов – студент правильно отвечает на 90% вопросов в тесте.</p> <p>8 баллов – студент правильно отвечает на 80% вопросов в тесте.</p> <p>7 баллов – студент правильно отвечает на 70% вопросов в тесте.</p> <p>6 баллов – студент правильно отвечает на 60% вопросов в тесте.</p> <p>5 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте.</p> <p>4 балла – студент правильно отвечает на 40% вопросов в тесте.</p> <p>3 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте.</p> <p>2 балла – студент правильно отвечает на 20% вопросов в тесте.</p> <p>1 балл – студент правильно отвечает на 10% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 10% правильных ответов – баллы не начисляются.</p>
6.	Посещаемость		10	<p>10 баллов – студент посетил все 100% занятий</p> <p>7-9 баллов – студент посетил не менее 80% занятий</p> <p>4-6 баллов – студент посетил не менее 50% занятий</p> <p>1-3 балла – студент посетил не менее 25% занятий</p> <p>Если студент посетил менее 25% занятий, баллы не начисляются</p>
7.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены за постоянную активность во время практических занятий (10 баллов), за выполнение индивидуальных заданий повышенной трудности (10 баллов)</p>

8.	Ответ на экзамене	30	1-2 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 3-6 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 7-10 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
9.	Итого за семестр	100	

6 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Векторная компьютерная графика	Другие формы контроля	20	Создание рисунка в программе CorelDRAW. 15-20 балла – студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию 9-14 балла – рисунок создан, но имеет некоторые неточности выполнения, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы 1-8 балл - рисунок в целом выполнен, однако в процессе выполнения допущены существенны ошибки, студент слабо владеет информацией по теме, при ответе использует заготовленный текст, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы
2.	Растровая компьютерная графика	Другие формы контроля	10	7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права 3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права. 1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему. Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

3.	Web-дизайн	собеседование, опрос	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
4.	Издательские системы	Другие формы контроля (контрольный срез)	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>
5.	Оценка эффективности рекламного продукта	собеседование, опрос	10	<p>7-10 баллов – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современного права</p> <p>3-6 баллов - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современного права.</p> <p>1-2 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему.</p> <p>Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.</p>

	Тестирование(контрольный срез)	10	Время ответа на вопросы теста составляет 45 минут. Тест содержит 30 вопросов: 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте. 9 баллов – студент правильно отвечает на 90% вопросов в тесте. 8 баллов – студент правильно отвечает на 80% вопросов в тесте. 7 баллов – студент правильно отвечает на 70% вопросов в тесте. 6 баллов – студент правильно отвечает на 60% вопросов в тесте. 5 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте. 4 балла – студент правильно отвечает на 40% вопросов в тесте. 3 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. 2 балла – студент правильно отвечает на 20% вопросов в тесте. 1 балл – студент правильно отвечает на 10% вопросов в тесте. Менее 10% правильных ответов – баллы не начисляются.
6.	Посещаемость	10	10 баллов – студент посетил все 100% занятий 7-9 баллов – студент посетил не менее 80% занятий 4-6 баллов – студент посетил не менее 50% занятий 1-3 балла – студент посетил не менее 25% занятий Если студент посетил менее 25% занятий, баллы не начисляются
7.	Премияльные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены за постоянную активность во время практических занятий (10 баллов), за выполнение индивидуальных заданий повышенной трудности (10 баллов)
8.	Ответ на экзамене	20	1-7 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 8-14 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 15-20 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
9.	Итого за семестр	100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Другие формы контроля

Тема 6. Векторная компьютерная графика

выполнить ручную трассировку (векторизацию) цветного контурного рисунка. При выполнении работы обязательно использовать следующие инструменты:

- кривая Безье (Bezier Tool)
- формовка (Shaping)
- заливка (Fill Tool)
- свойства контура (Outline Tool)

Тема 9. Издательские системы

Редактирование некачественных изображений
Создание коллажей
Монтаж фотографий

собеседование, опрос

Тема 1. Компьютерные технологии в рекламной деятельности: сущность, предпосылки и использование

1. Создание, редактирование и форматирование текстового документа.
 2. Создание, редактирование и форматирование табличного документа.
- Создание базы данных на примере: «Работа РА», «Учет работы менеджеров»

Тестирование

Тема 5. Компьютерная графика

1. Выберите правильный и полный адрес главной страницы информационно-поискового портала «Рамблер».
 - (?) www.rambler.ru/
 - (!) <http://www.rambler.ru/>
 - (?) [http://www.adress@rambler.ru/](mailto:address@rambler.ru)
 - (?) [http.rambler.ru/](http://rambler.ru/)
2. Виды подключений к Интернету...
 - (!) ADSL
 - (!) Wi-Fi
 - (?) ARPANET
 - (?) Hi-Fi
3. Что такое релевантность?
 - (?) Расстояние между словами
 - (?) Свойства браузера
 - (?) Язык запросов
 - (!) Степень соответствия документа запросу
4. Компьютер, представляющий свои ресурсы другим компьютерам при совместной работе, называется...
 - (?) Модемом
 - (!) Сервером
 - (?) Коммутатором
 - (?) Магистралью
5. Множество компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящиеся в пределах одного здания, называется...
 - (?) Региональной компьютерной сетью
 - (?) Глобальной компьютерной сетью
 - (?) Информационной системой с гиперсвязью
 - (!) Локальной компьютерной сетью
6. Топология сети определяется...
 - (?) Конфигурацией аппаратного обеспечения

- (?) Способом взаимодействия компьютеров
- (?) Структурой программного обеспечения
- (!) Способом соединения узлов сети каналами (кабелями) связи

7. Программа The Bat! позволяет...

- (?) Архивировать электронную почту
- (!) Загружать электронную почту
- (?) Управлять работой сервера
- (?) Загружать веб-страницы

8. Схема соединений узлов сети называется _____ сети.

- (!) Топологией
- (?) Доменом
- (?) Протоколом
- (?) Маркером

9. Топология сети _____ не является базовой.

- (!) В виде снежинки
- (?) Звездообразная
- (?) В виде кольца
- (?) Общая шина

10. Какие программы из перечисленных предназначены для чтения электронной почты: 1) Outlook Express, 2) The Bat, 3) Windows XP, 4) PhotoShop?

- (?) 2 и 4
- (!) 1 и 2
- (?) 1 и 4
- (?) 3 и 4

11. Укажите правильно записанный IP-адрес в компьютерной сети

- (?) 192.154.144.270
- (?) www.50.50.10
- (!) 10.172.122.26
- (?) 193.264.255.10
- (?) www.alfa193.com

12. Любой узел сети Интернет имеет свой уникальный IP-адрес, который состоит из _____ чисел в диапазоне от 0 до 255.

- (?) Пяти
- (?) Трех
- (!) Четырех
- (?) Двух

13. Одной из поисковых систем в сети Интернет является...

- (?) Gov.ru
- (!) Google
- (?) THE BAT
- (?) FileSearch

14. Кольцевая, шинная, звездообразная – это типы ...

- (?) сетевого программного обеспечения
- (?) методов доступа
- (?) протоколов сети
- (!) сетевых топологий

15. Модем – это устройство...

- (!) для связи компьютера с сетью через телефонные линии связи
- (?) для связи компьютера со сканером
- (?) для связи компьютера с сетью напрямую с помощью электрического кабеля
- (?) для вывода графической информации

16. Для подключения компьютера к телефонной линии используется:

- (?) коммутатор
- (?) концентратор
- (!) модем
- (?) маршрутизатор

17. К антивирусным программам относятся ...

- (!) Антивирус Касперского
- (!) NOD 32
- (?) Acronis
- (!) DrWeb

18. К антивирусным программам относятся ...

- (!) Антивирус Касперского
- (!) NOD 32
- (?) Acronis
- (!) DrWeb

19. К мероприятиям по защите от вирусов относятся...

- (!) использование антивирусных программ
- (?) своевременное удаление ненужных файлов
- (!) отслеживание любых изменений в работе компьютера для возможно более быстрого обнаружения вируса
- (?) быстрое восстановление ошибочно удаленных файлов при помощи специальных программ

20. К необходимым условиям существования компьютерных вирусов относятся:

- (!) популярность программ
- (?) наличие выхода в глобальную сеть
- (!) наличие полной документации
- (?) наличие электронной почты

Тема 10. Оценка эффективности рекламного продукта

1. Представление информации на экране в Power Point возможно в виде ...

- (!) слайдов
- (!) заметок
- (!) демонстраций
- (?) рецензий

2. Презентация – это ...

- (?) текстовый документ, предназначенный для просмотра
- (!) последовательность слайдов для представления их аудитории
- (?) рисунки, иллюстрирующие какой-либо рассказ, лекцию и т.п.
- (?) электронные таблицы, в которых вставлены рисунки

3. Не является характеристикой презентации следующие свойства:

- (?) набор слайдов и их параметры
- (?) содержание слайдов, которое, помимо пользователя, может также создаваться с помощью имеющихся мастеров автосодержания
- (?) параметры рабочей области, т. е. ее размер, ориентация
- (!) шаблон оформления слайда

4. Не является характеристикой слайда следующие свойства:

- (?) размер слайда
- (?) шаблон оформления
- (?) разметка слайда
- (?) эффект перехода, представляющий собой тот или иной режим появления и «исчезания» слайда — по нажатию кнопки мыши или автоматически через заданное время
- (!) набор слайдов и их параметры

5. Шаблон оформления — это:

- (!) набор параметров шрифтов, используемых в слайдах, цвет фона слайдов презентации
- (?) набор параметров шрифтов, используемых в слайдах
- (?) набор цветов шрифтов, используемых в слайдах, цвет фона слайдов презентации
- (?) цвет фона слайдов презентации

6. Цветовая схема — это:

- (!) набор из 8 гармонирующих цветов для заголовков, текста и графических объектов
- (?) набор из 16 гармонирующих цветов для заголовков, текста и графических объектов
- (?) набор из 8 шрифтов для заголовков, текста и графических объектов

(?) набор из 16 шрифтов для заголовков, текста и графических объектов

7. Чтобы добавить эмблему компании во все слайды сразу необходимо:

(!) в меню Вид в группе Режимы просмотра презентации щелкните пункт Образец слайдов. Вставьте на образец слайдов эмблему компании

(?) в меню Рецензирование в группе Режимы просмотра презентации щелкните пункт Образец слайдов. Вставьте на образец слайдов эмблему компании

(?) в меню Вставка в группе Режимы просмотра презентации щелкните пункт Образец слайдов. Вставьте на образец слайдов эмблему компании

(?) в меню Дизайн в группе Режимы просмотра презентации щелкните пункт Образец слайдов. Вставьте на образец слайдов эмблему компании

8. При помощи PowerPoint невозможно создание...

(?) презентаций на экране

(?) Web-страниц для размещения в Интернете

(?) цветных и черно-белых прозрачек

(?) цветных и черно-белых распечаток

(?) 35-мм слайдов

(?) выдач

(!) цветных и черно-белых картинок

9. Режимы называются способы отображения и работы над презентацией. Не существуют таких режимов:

(?) обычный

(?) сортировщик слайдов

(?) показ слайдов

(!) цветовая схема

10. Чтобы создать новый слайд необходимо:

(!) в меню Главная в группе Слайды щелкните пункт Создать слайд

(?) в меню Вставка в группе Слайды щелкните пункт Создать слайд

(?) в меню Рецензирование в группе Слайды щелкните пункт Создать слайд

(?) в меню Дизайн в группе Слайды щелкните пункт Создать слайд

11. Можно ли вставить видео в слайд?

(!) да

(?) нет

(?) иногда

12. Можно ли вставить в слайд гиперссылку?

(!) да

(?) нет

(?) иногда

13. Что такое Power Point?

(!) прикладная программа Microsoft Office, предназначенная для создания презентаций

(?) прикладная программа для обработки кодовых таблиц

(?) устройство компьютера, управляющее его ресурсами в процессе обработки данных в табличной форме

(?) системная программа, управляющая ресурсами компьютера

14. Что такое презентация PowerPoint?

(!) демонстрационный набор слайдов, подготовленных на компьютере

(?) прикладная программа для обработки электронных таблиц

(?) устройство компьютера, управляющее демонстрацией слайдов

(?) текстовый документ, содержащий набор рисунков, фотографий, диаграмм

15. Power Point нужен для создания

(?) таблиц с целью повышения эффективности вычисления формульных выражений

(?) текстовых документов, содержащих графические объекты

(?) Internet-страниц с целью обеспечения широкого доступа к имеющейся информации

(!) презентаций с целью повышения эффективности восприятия и запоминания информации

16. Составная часть презентации, содержащая различные объекты, называется...

(!) слайд

(?) лист

(?) кадр

(?) рисунок

17. Совокупность слайдов, собранных в одном файле, образуют...

(?) показ

(!) презентацию

(?) кадры

(?) рисунки

18. Запуск программы Power Point осуществляется с помощью команд ...

(!) Пуск – Главное меню – Программы – Microsoft Power Point

(?) Пуск – Главное меню – Найти – Microsoft Power Point

(?) Панели задач – Настройка – Панель управления – Microsoft Power Point

(?) Рабочий стол – Пуск – Microsoft Power Point

19. Презентация - это ...

(!) показ, представление чего-либо нового, выполняемые докладчиком с использованием всех возможных технических и программных средств.

(?) Предоставление подарка подготовленного заранее

(?) Демонстрация своих знаний перед людьми, которые задают вам вопросы.

20. Компьютерные презентации бывают:

(?) квадратные

(!) интерактивные

(?) показательные

(?) циркульные

21. В рабочем окне программы PowerPoint нет элемента:

(?) Область задач

(?) Область рабочего слайда

(?) Строка заголовка

(?) Строка меню

(!) Строка панель

22. Укажите существующие режимы работы с презентацией:

(?) Постельный режим

(?) Аварийный режим

(!) Режим сортировщика

(?) Режим правки

23. Как называется одна страница презентации?

(?) Сайт

(!) Слайд

(?) Страница

24. Что можно вставить на слайд презентации?

(!) Рисунок

(?) Книгу

(?) Лист

(?) Журнал

25. Какого эффекта анимации не существует

(?) вход

(?) выделение

(?) выход

(?) пути перемещения

(!) пути исчезновения

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета, экзамена

1. Краткий исторический обзор развития ВТ.
2. Архитектура ПК
3. Устройства ввода/вывода информации
4. Интернет. Тенденции развития сети "Интернет".
5. Электронная почта.
6. Текстовый редактор (на примере Microsoft Word). Создание и форматирование текста. Режим просмотра, печати, синтаксиса.
7. Табличный процессор Excel. Назначение и функции. Мастер функций и мастер диаграмм
8. Презентации Power Point
9. Мультимедиа технологии в рекламе.
10. Роль современных информационных технологий в рекламе.
11. Информация и информационные процессы: получение, передача, преобразование и использование информации.
12. Количество информации. Кодирование информации. Представление текста в ЭВМ.
13. Информационная деятельность – деятельность по сбору, обработке, хранению, транслированию информации с использованием современных средств информационных и коммуникационных технологий.
14. Системное программное обеспечение: операционные системы; операционные оболочки; сетевое программное обеспечение; антивирусные средства; средства резервного копирования и восстановления информации; другие специализированные программы.
15. Компьютерные технологии в рекламных исследованиях, в планировании рекламной кампании, в содержании рекламной продукции и оценке эффективности рекламной деятельности.

Типовые задания для зачета (ОПК-6)

1. Представьте себя маркетологом в небольшой фирме (придумайте профиль её деятельности).
2. Разработайте в векторном редакторе товарный знак, логотип.
3. В выбранном вами графическом редакторе разработайте фирменный стиль.
4. С использованием товарного знака и/или логотипа создайте шаблоны фирменного бланка (в Word), визитки и/или бэджа для сотрудников, прайс-листа (в Excel), установите сортировку и фильтры.

Типовые вопросы экзамена (ОПК-6)

1. Краткий исторический обзор развития ВТ.
2. Архитектура ПК
3. Устройства ввода/вывода информации
4. Интернет. Тенденции развития сети "Интернет".
5. Электронная почта.
6. Текстовый редактор (на примере Microsoft Word). Создание и форматирование текста. Режим просмотра, печати, синтаксиса.
7. Табличный процессор Excel. Назначение и функции. Мастер функций и мастер диаграмм
8. Презентации Power Point
9. Мультимедиа технологии в рекламе.
10. Роль современных информационных технологий в рекламе.
11. Информация и информационные процессы: получение, передача, преобразование и использование информации.
12. Количество информации. Кодирование информации. Представление текста в ЭВМ.
13. Информационная деятельность – деятельность по сбору, обработке, хранению, транслированию информации с использованием современных средств информационных и коммуникационных технологий.

14. Системное программное обеспечение: операционные системы; операционные оболочки; сетевое программное обеспечение; антивирусные средства; средства резервного копирования и восстановления информации; другие специализированные программы.
15. Компьютерные технологии в рекламных исследованиях, в планировании рекламной кампании, в содержании рекламной продукции и оценке эффективности рекламной деятельности.
16. Системы соответствия цветов и палитр. Цветовые режимы
17. Растровая графика. Редакторы растровой графики
18. Дизайн в информационной среде. Композиция в дизайне
19. Классификация методов сжатия. Алгоритмы сжатия изображений. Алгоритмы сжатия аудиосигналов
20. Стандарты сжатия видеоданных. Основные понятия распознавания образов. Фильтрация изображений
21. Векторная графика
22. Информационные технологии и информатика. Структура информатики.
23. Информация. Подходы к определению понятия информация. Характеристики информации.
24. Информация. Свойства информации. Виды информации. Качество информации.
25. Количество информации. Алфавитный и содержательный подходы измерения количества информации
26. Международные системы байтового кодирования.
27. Представление графической информации в ЭВМ.
28. Критерии качества программных средств.
29. Варианты использования и распространения программных средств.
30. Понятие и виды моделирования. Классификация моделей.
31. Видеоданные.
32. Форматы для хранения графики.
33. Графический редактор Paint и Corel Draw.
34. Тенденции развития программного обеспечения.
35. Представление целых чисел в ЭВМ. Представление графической информации в ЭВМ. Представление звука в ЭВМ.
36. Классификации компьютеров. Состав и архитектура ЭВМ. Устройство персонального компьютера. Базовая конфигурация.
37. Аппаратное обеспечение компьютера. Процессоры ЭВМ. Организация и архитектура памяти ЭВМ. Устройства ввода и вывода информации. Устройства хранения информации. Коммуникационное оборудование.
38. Операционная система Windows. Концепция операционной системы Windows. История развития. Обзор версий и их концепций.
39. Обзор наиболее распространенных архиваторов. Их особенности, отличия, назначение и возможности.
40. Компьютерные вирусы и методы борьбы с ними. Понятия, классификация, характеристики. Антивирусные программные средства. Основные типы. Примеры.
41. Компьютерная сеть. Предпосылки появления локальных сетей. Основные понятия. Особенности технологии «клиент-сервер». Локальные сети. Аппаратные средства. Характерные особенности ЛС. Конфигурации локальных сетей. Протоколы. Сетевой адрес.
42. История развития сотовой связи. Виды мобильных телефонов. Основные форм-факторы сотовых телефонов.
43. Компьютерные игры и их влияние на человека.
44. Использование компьютерных сетей в образовании. Телекоммуникация как средство образовательных информационных технологий. Персональный обмен сообщениями. Информационное обеспечение. Совместное решение задач.
45. Информационные технологии. Основные понятия. Примеры. Инструментарий. Составляющие информационной технологии. Проблемы использования ИТ.

Типовые задания для экзамена (ОПК-6)

1. Подготовьте план рекламной кампании в виде большого интегрированного документа (с таблицами и диаграммами Excel, сносками, оглавлением, приложениями).
2. Проведите презентацию вашего плана рекламной кампании для руководства и/или инвесторов.
3. Создайте имиджевую презентацию фирмы посетителям выставки (управляемый пользователем показ).
4. Создайте рекламный видеоролик (один товар или группа однородных товаров) из 2-3-4 слайдов в PowerPoint.
5. Сверстайте буклет, каталог, календарь, листовку, макет для печатных СМИ (для газеты - чёрно-белый, для журнала - цветной) или любые другие материалы, требующие предпечатной подготовки.
6. Дополните проект другими материалами (по вашему усмотрению), помогающими реализации кампании или показывающими ваши дополнительные возможности работы на ПК.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Зачет

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ОПК-6	достаточно полные и систематизированные знания по дисциплине; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях дисциплины и давать им критическую оценку; использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием по дисциплине, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой по дисциплине; самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий; средний уровень компетенций
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ОПК-6	фрагментарные знания по дисциплине; отказ от ответа (выполнения письменной работы); знание отдельных источников, рекомендованных учебной программой по дисциплине; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень культуры исполнения заданий; низкий уровень сформированности компетенций

Экзамен

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-6	Дан полный развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.

«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-6	Дан полный развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы, в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-6	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 2-3 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-6	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Аббасов, И. Б. Черчение на компьютере в AutoCAD : учебное пособие. - 2024-12-13; Черчение на компьютере в AutoCAD. - Саратов: Профобразование, 2019. - 136 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/89863.html>
2. Боев В. Д. Компьютерное моделирование систем : Учебное пособие Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 253 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/454146>
3. Боресков А. В., Шикин Е. В. Компьютерная графика : Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 219 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/457139>

6.2 Дополнительная литература:

1. Абрамов, С. М., Аветисян, А. И., Акжолов, М. Ж., Алексеев, А. В., Алюшкевич, В. Б., Амелькин, С. А., Андреев, А. Е., Антипина, Н. Р., Анцыферов, С. С., Артамонов, С. Е., Аряшев, С. И., Бабешко, В. А., Бабешко, О. М., Баранов, А. В., Брандин, Б. А., Брындин, Е. Г., Бутенков, С. А., Веркеенко, М. С., Суперкомпьютерные технологии (СКТ-2014). Том 1 : материалы 3-й всероссийской научно-технической конференции. - Весь срок охраны авторского права; Суперкомпьютерные технологии (СКТ-2014). Том 1. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2014. - 226 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/47146.html>
2. Боев, В. Д., Сыпченко, Р. П. Компьютерное моделирование. - 2021-01-23; Компьютерное моделирование. - Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. - 525 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/73655.html>
Ульяновский государственный технический университет (УлГТУ), 2014. - 91 с. - Текст : электронный // «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363221>
4. Бражникова, О. И. Компьютерный дизайн художественных изделий в программах Autodesk 3DS Max и Rhinoceros : учебно-методическое пособие. - 2022-08-31; Компьютерный дизайн художественных изделий в программах Autodesk 3DS Max и Rhinoceros. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 100 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/66162.html>
5. Ваншина Е., Северюхина Н., Хазова С. Компьютерная графика : практикум. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014. - 98 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259364>

6.3 Иные источники:

1. Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ» - <http://www.intuit.ru/>
2. Электронное периодическое издание "ИноСМИ - Все, что достойно перевода" - www.inosmi.ru
3. Базовые и прикладные информационные технологии - <http://znanium.com/go.php?id=428860>
4. Каталог образовательных ресурсов сети Интернет - www.catalog.iot.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система "Альт Образование"

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

Электронный периодический справочник "Система ГАРАНТ"

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

CorelDRAW Graphics Suite X3

Альт-Инвест сумм

Skype

Adobe Photoshop CS3

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

LiteManager Pro - Server

Statistica Base 10 for Windows RU

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

2. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>

3. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.