**Муниципальное бюджетное учреждение**

**дополнительного образования детей «Детская художественная школа» муниципального образования - городской округ город Скопин Рязанской области**

**Рабочая программа**

**по учебному предмету**

**«Основы дизайна в рекламе» -**

**дополнительной предпрофессиональной общеобразовательной программы**

**«Живопись»**

**со сроком обучения 3 года**

**Преподаватель: М. С. Чувинова**

**г. Скопин - 2016 г.**

Разработчик - Чувинова Марина Сергеевна,   
преподаватель МБУ ДО «ДХШ»

1. **Пояснительная записка**

**к учебному предмету**

**«Основы дизайна в рекламе»**

***Характеристика учебного предмета, его место, роль в образовательном процессе***

Программа учебного предмета «Основы дизайна в рекламе» разработана на основе и с учётом федеральных государственных требований к дополнительной предпрофессиональной общеобразовательной программе в области изобразительного искусства «Живопись».

Учебный предмет «Основы дизайна в рекламе» направлен на приобретение детьми знаний, умений, навыков по разработке и созданию различных рекламных проектов. Предмет позволит сформировать и развить у учащихся чувство баланса между цветом и формой, а также умение упрощать и доносить до зрителя суть рекламного послания наиболее лаконично.

Разработанная программа направлена на совершенствование креативного мышления и эстетического восприятия у учащихся.

Художественно-творческое развитие детей осуществляется по мере овладения ими навыками работы с визуально-графическими единицами и умения формировать свой уникальный взгляд на вещи.

***Срок реализации учебного предмета, сведения о затратах учебного времени и промежуточной аттестации***

Предмет «Основы дизайна в рекламе» реализуется в 3-5 классах МБУ ДО «ДХШ» в объёме 221 часа максимальной нагрузки.

Сведения о затратах учебного времени, предусмотренного учебным планом на реализацию предмета, график промежуточной аттестации.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Годы обучения** | | | | | | **Всего часов** |
|  | 1-й год | | 2-й год | | 3- й год | |  |
|  | 1  полугодие | 2  полугодие | 1  полугодие | 2  полугодие | 1  полугодие | 2  полугодие |  |
| Аудиторные занятия | 13 | 20 | 13 | 20 | 16 | 17 | 99 |
| Самостоятельная работа | 15 | 20 | 15 | 30 | 22 | 20 | 122 |
| Максимальная учебная нагрузка | 28 | 40 | 28 | 60 | 38 | 37 | 221 |
| Вид промежуточной аттестации |  | **Зачёт** |  | **Экзамен** |  | **Зачёт** |  |

***Форма проведения учебных занятий***

Форма проведения учебных аудиторных занятий - мелкогрупповая. Мелкогрупповая форма занятий позволяет преподавателю построить процесс обучения в соответствии с принципами дифференцированного и индивидуального подходов.

Занятия подразделяются на аудиторные занятия и самостоятельную работу.

Самостоятельная (внеаудиторная) работа организуется при поддержке педагогических работников и родителей (законных представителей) и может быть использована на выполнение домашнего задания, посещение учреждений культуры (выставок, галерей, музеев и др.), участие обучающихся в творческих мероприятиях и культурно-просветительской деятельности МБУ ДО «ДХШ».

***Цели и задачи учебного предмета***

Следуя основным целям предмета, а это: развитие креативного восприятия и видения, формирование навыков работы со средствами и методами в области графического дизайна, у учащихся должно сложиться впечатление о работе с проектами в рекламной сфере.

Исходя из поставленных целей, к ключевым задачам освоения предмета можно отнести:

* рассмотрение дизайна рекламы как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
* способствование приобретению практических навыков применения рекламных технологий в дизайне;
* рассмотрение существующих стилей и направлений дизайна в рекламе;
* рассмотрение рекламного дизайна: его структура, функции, значение;
* изучение инструментария дизайнера рекламного сообщения и методики его использования;
* изучение стратегий дизайна в рекламе;
* формирование навыков использования технологий дизайна в рекламе.

***Обоснование структуры программы учебного предмета***

Обоснованием структуры программы являются ФГТ, отражающие все аспекты работы преподавателя с учеником.

Программа содержит следующие разделы:

* сведения о затратах учебного времени, предусмотренного на освоение учебного предмета;
* распределение учебного материала по годам обучения;
* описание дидактических единиц учебного предмета;
* требования к уровню подготовки обучающихся;
* формы и методы контроля, система оценок;
* методическое обеспечение учебного процесса.

***Методы обучения***

Для достижения поставленных целей и реализации задач предмета используются следующие методы обучения:

* словесный (объяснение, беседа, рассказ);
* наглядный (показ, наблюдение, демонстрация приёмов работы);
* практический;
* эмоциональный (подбор ассоциаций, образов, художественные впечатления).

Предложенные методы работы в рамках предпрофессиональной образовательной программы являются наиболее продуктивными при реализации.

***Описание материально-технических условий реализации учебного предмета***

Для достижения целей и решения задач программы в МБУ ДО «ДХШ» имеются современные ТСО, библиотечный фонд, изобразительный материал, пополняющаяся коллекция слайдов и фильмов. Каждый обучающийся обеспечивается доступом к библиотечным фондам и фондам видеозаписей школьной библиотеки. Во время самостоятельной работы обучающиеся могут пользоваться Интернетом для сбора дополнительного материала по изучению предложенных тем.

**Учебно-тематический план по предмету**

**«Основы дизайна в рекламе»**

**3 класс**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование раздела, темы, задания** | **Вид**  **учебного**  **занятия** | **Общий объём времени**  **(в часах)** | | |
| **Макси-мальная**  **учебная нагрузка** | **Самостоя-тельная работа** | **Аудитор-**  **ные**  **занятия** |
| **1 полугодие** | | | | | |
| 1 | Вводная беседа о месте и роли дизайна в рекламной сфере | урок-беседа | 4 | 2 | 2 |
| 2 | Рассмотрение понятия  «художественная стилизация» на примере абстрактного и декоративного исполнения | урок-беседа | 6 | 4 | 2 |
| 3 | Выполнение стилизованных эскизов  (флора и фауна) | урок-практикум | 6 | 3 | 3 |
| 4 | Графическое выполнение стилизованных работ | урок-практикум | 8 | 4 | 4 |
| 5 | Беседа о понятиях «логотип» и «товарный знак» | урок-беседа +  мастер-класс | 4 | 2 | 2 |
| **2 полугодие** | | | | | |
| 6 | Беседа по подражательной композиции | урок-беседа | 6 | 4 | 2 |
| 7 | Выполнение эскизов и работ по подражательной композиции | урок-практикум | 10 | 5 | 5 |
| 8 | Беспредметная композиция. Рассмотрение понятия и видов исполнения на примерах | урок-беседа +  мастер-класс | 4 | 2 | 2 |
| 9 | Сбор материалов и выполнение эскизов по беспредметной композиции | урок-практикум | 14 | 6 | 8 |
| 10 | Промежуточная аттестация. Создание диптихов по беспредметной композиции (с использованием музыкального звучания) | зачёт | 6 | 3 | 3 |
|  | **Всего часов** |  | **68** | **35** | **33** |

**Учебно-тематический план по предмету**

**«Основы дизайна в рекламе»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование раздела, темы, задания** | **Вид**  **учебного**  **занятия** | **Общий объём времени**  **(в часах)** | | |
| **Макси-мальная**  **учебная нагрузка** | **Самостоя-тельная работа** | **Аудитор-**  **ные**  **занятия** |
| **1 полугодие** | | | | | |
| 1 | Вводная беседа о значении и возможностях дизайна в рекламном мире | урок-беседа | 3 | 2 | 1 |
| 2 | Абстрактный пейзаж. Его виды и способы исполнения. Разработка эскизов | урок беседа +  практикум | 8 | 6 | 4 |
| 3 | Цветовые решения абстрактной композиции и роль цвета в мире | урок  +просмотр презентаций и видео | 9 | 5 | 3 |
| 3 | Цветовое решение абстрактного пейзажа | урок-практикум | 12 | 7 | 5 |
| **2 полугодие** | | | | | |
| 4 | Знакомство с понятием «фирменного стиля» и его элементами | урок-беседа  +  мастер-класс | 8 | 5 | 3 |
| 5 | Визитка как основной элемент фирменного стиля | урок-беседа  +  мастер-класс | 7 | 5 | 2 |
| 6 | Разработка личной визитки «из будущего» с использованием подручных материалов | урок-практикум | 13 | 8 | 5 |
| 8 | Беседа на тему: «Шрифт-образ и образ-шрифт» | урок-беседа  +мастер класс | 6 | 4 | 2 |
| 9 | Разработка собственного шрифта по мотивам художественного, визуального, текстового или аудио- произведения (комбинированная графика) | урок-практикум | 20 | 8 | 8 |
| 10 | Разработка плаката с авторским шрифтом | экзамен | *7,5* | *5* | *2,5\** |
|  | **Всего часов** |  | **83** | **50** | **33** |

**4 класс**

**Учебно-тематический план по предмету**

**«Основы дизайна в рекламе»**

**5 класс**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование раздела, темы, задания** | **Вид**  **учебного**  **занятия** | **Общий объём времени**  **(в часах)** | | |
| **Макси-мальная**  **учебная нагрузка** | **Самостоя-тельная работа** | **Аудитор-**  **ные**  **занятия** |
| **1 полугодие** | | | | | |
| 1 | Повторение темы: Понятие фирменного стиля и его элементы | урок-беседа  +  мастер-класс | 3 | 2 | 1 |
| 2 | Разработка личной визитки (компьютерная графика) | урок-практикум | 15 | 6 | 4 |
| 3 | Разработка логотипа (комбинированная и компьютерная графика) | урок-практикум | 15 | 8 | 5 |
| 4 | Разработка корпоративной визитки (компьютерная графика) | урок-практикум | 12 | 6 | 6 |
| **2 полугодие** | | | | | |
| 5 | Разработка дизайна рекламной открытки (комбинированная графика) | урок-беседа  +  практикум | 10 | 3 | 4 |
| 6 | Разработка дизайнерского календаря, стикеров, артбуков (работа по группам) | мастер-класс  +  практикум | 16 | 6 | 5 |
| 7 | Основы работы с рекламными макетами, создание элементов фирменного стиля | урок-беседа  +  мастер-класс | 8 | 5 | 3 |
| 8 | Создание макета с элементами фирменного стиля | зачёт | 12 | 6 | 5 |
|  | **Всего часов** |  | **75** | **42** | **33** |

***2. Содержание учебного предмета «Основы дизайна в рекламе»***

**Введение**

Учебный предмет «Основы дизайна в рекламе» формирует у учащихся первоначальные знания, навыки, умения по подготовке и разработке рекламных проектов. В процессе обучения данной дисциплине преимущественный акцент делается на развитие у учеников воображения, креативности и способности выявления нестандартных подходов к творческому процессу.

Содержание учебного предмета «Основы дизайна в рекламе» построено с учётом возрастных особенностей детей, а также с учётом особенностей развития их креативного мышления; включает в себя теоретическую и практическую части.

Теоретическая часть предполагает изучение учащимися теории основ дизайна в рекламе, а практическая часть основана на применении творческих знаний в учебном творческом опыте.

Первый год обучения позволит учащимся получить представление о месте и роли дизайна в сфере рекламы, а также познакомит с основами создания значимых рекламных единиц (элементов фирменного стиля): товарного знака и логотипа. На начальном этапе подготовки обучающиеся научатся стилизовать различные формы, выявлять их характерные признаки, уникальность. Также важным аспектом программы станет работа с подражательной и беспредметной композицией.

Дальнейшие годы обучения позволят более углублено познакомиться с рекламным дизайном и работой с графическими средствами в его области. Учащиеся научатся создавать собственные элементы фирменных стилей и различной рекламной продукции.

В целом содержание предмета направлено на формирование и подготовку одарённых детей к продолжению профессионального образования в области рекламного дизайна.

**Содержание тем. Годовые требования**

**1 год обучения 1 полугодие**

**(3 класс)**

**1.** Вводная беседа о месте и роли дизайна в рекламной сфере.

*Цель:* знакомство с понятиями «рекламная сфера» и «рекламный дизайн».

*Задача:* формирование представления о месте и роли дизайна в рекламной сфере.

*Самостоятельная работа:* поиск и просмотр примеров креативной рекламной продукции.

**2.** Рассмотрение понятия «художественная стилизация» на примере абстрактного и декоративного исполнения.

*Цель:* знакомство с понятием «художественная стилизация».

*Задача:* сформировать умение охарактеризовать и разграничить декоративную и абстрактную стилизацию (на наглядных примерах).

*Задание для самостоятельной работы:* выполнение стилизованных зарисовок.

**3.** Выполнение стилизованных эскизов (флора и фауна).

*Цель:* формирование умения работы со стилизованной формой.

*Задача:* синтез новой формы на основе её первоначальных значимых характеристик.

*Предполагаемое аудиторное задание:* разработка 6 эскизов по мотивам флоры и фауны:

* декоративная стилизация;
* абстрактная стилизация.

*Самостоятельная работа:* поиск интересных, выразительных форм и предметов.

**4.** Графическое выполнение стилизованных работ.

*Цель:* формирование умения работы со стилизованной формой.

*Задача:* знакомство с графическими техниками исполнения и материалами.

*Задание для самостоятельной работы:* выполнение стилизованных эскизов в графических техниках исполнения.

**5.** Беседа о понятиях «логотип» и «товарный знак».

*Цель:* знакомство с понятиями «логотип» и «товарный знак».

*Задача:* формирование нестандартного подхода к разработке рекламных единиц.

*Задание для самостоятельной работы:* поиск примеров логотипов и их анализ.

**1 год обучения 2 полугодие**

**3 класс**

**6.** Беседа по подражательной композиции.

*Цель:* знакомство с понятием «подражательная композиция».

*Задача:* развитие умения находить ключевые отличительные черты в творчестве отечественных и зарубежных художников.

*Задание для самостоятельной работы:* изучение изобразительных материалов в школьной библиотеке.

**7.** Выполнение эскизов и работ по подражательной композиции.

*Цель:* развитие художественного видения.

*Задача:* выработка умения перенимать характерные черты известных и малоизвестных мастеров изобразительного искусства, адаптируя их под собственное произведение.

*Задание для самостоятельной работы:* доработка эскизов.

**8.** Беспредметная композиция. Рассмотрение понятия и видов исполнения на примерах.

*Цель:* знакомство с понятием «беспредметная композиция».

*Задача:* выработка умения характеризовать и находить отличительные черты той или иной беспредметной композиции*.*

*Задание для самостоятельной работы*: поиск интересных видов исполнения беспредметной композиции.

**9.** Сбор материалов и выполнение эскизов по беспредметной композиции.

*Цель:* сформировать умение работать с беспредметной композицией.

*Задача:* научиться воспроизводить чувства при помощи линий и абстрактных форм.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* На основании 6 чувств по выбору выполнить эскизы в карандаше.

*Задание для самостоятельной работы:* подумать над тем, какие чувства связаны с музыкой, и на основании этого, составить трек-лист.

**10.** Промежуточная аттестация. Создание диптихов по беспредметной композиции (с использованием музыкального звучания).

*Цель:* Расширение аудиовизуального восприятия.

*Задача:* Выработкаумения компоновать тематические изображения.

*Задание для самостоятельной работы:* анализ проделанной работы.

**2 год обучения 1 полугодие**

**4 класс**

**1.** Вводная беседа о значении и возможностях дизайна в рекламном мире.

*Цель:* продолжение знакомства с понятием «рекламная сфера» и возможностями дизайна в рекламе.

*Задача:* формирование расширенного представления о месте и роли дизайна в рекламной сфере.

*Задание для самостоятельной работы:* поиск и анализ креативных рекламных проектов.

**2.** Абстрактный пейзаж. Его виды и способы исполнения. Разработка эскизов.

*Цель:* расширение абстрактного видения.

*Задача:* познакомиться с видами и способами исполнения абстрактного пейзажа.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* выбрать три любых природных явления и выразить их отличительные черты в эскизах.

*Задание для самостоятельной работы:* доработка эскизов.

**3.** Цветовые решения абстрактной композиции и роль цвета в мире.

*Цель:* знакомство с цветом и его психофизиологическими проявлениями на примере абстрактной композиции.

*Задача:* расширение цветового видения, формирование умения анализировать цвета.

*Задание для самостоятельной работы:* составить цветовую палитру в тёплых или холодных оттенках, проанализировать её, выписать ассоциации, связанные с каждым цветом.

**4.** Цветовое решение абстрактного пейзажа.

*Цель:* закрепление понятий «выделение главного» и «передача состояния».

*Задача:* создать характер абстрактного пейзажа, его настроение при помощи цвета.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* предложить цветовое решение абстрактного пейзажа на основе ранее созданных эскизов.

*Задание для самостоятельной работы:* анализ цветовых решений.

**2 год обучения 2 полугодие**

**4 класс**

**5.** Знакомство с понятием «фирменного стиля» и его элементами.

*Цель:* познакомиться со значением понятия «фирменный стиль» и его структурными единицами.

*Задача:* сформировать представление о значении фирменных стилей в сфере рекламы.

*Задание для самостоятельной работы:* поиск и анализ успешных исполнений фирменного стиля.

**6**. Визитка как основной элемент фирменного стиля.

*Цель:* углубленное знакомство с одной из основных единиц фирменного стиля - визиткой.

*Задача:* проанализировать роль и значение данного атрибута на примерах

*Задание для самостоятельной работы:* подумать и разработать эскизы на тему: «Какой может быть твоя визитка из будущего?»

**7.** Разработка личной визитки «из будущего» с использованием подручных материалов.

*Цель:* углубленное знакомство с одной из основных единиц фирменного стиля - визиткой на практике.

*Задача:* расширение креативного видения и навыков исполнения.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* при помощи подручных материалов реализовать свой макет визитки «из будущего».

*Задание для самостоятельной работы:* знакомство с эксклюзивной рекламной продукцией, поиск примеров.

**8.** Беседа на тему: «Шрифт-образ и образ-шрифт».

*Цель:* познакомиться сошрифтовыми исполнениями в рекламной сфере.

*Задача:* научиться характеризовать шрифт и доводить его до образа.

*Задание для самостоятельной работы:* поиск интересных шрифтов.

**9.** Разработка собственного шрифта по мотивам художественного, визуального, текстового или аудио- произведения (комбинированная графика).

*Цель:* адаптация творческого замысла под определённое произведение.

*Задача:* научиться выделять характерные черты выбранного произведения (музыкального, художественного, текстового и проч.), адаптируя их к созданию авторского шрифта.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* выбрать любое произведение (текстовое, визуальное и проч.) и разработать на основании этого свой собственный шрифт (комбинированная графика).

*Задание для самостоятельной работы:* просмотр шрифтовых таблиц и материалов в школьной библиотеке.

**10.** Экзамен. Разработка плаката с авторским шрифтом.

*Цель:* формирование навыков работы со шрифтом.

*Задача:* научиться комбинировать шрифт с изображениями, достижение баланса цвета и формы.

*Задание для самостоятельной работы:* анализ проделанной работы.

**3 год обучения 1 полугодие**

**5 класс**

**1.** Повторение темы: «Понятие фирменного стиля и его элементов».

*Цель:* вспомнить, что такое «фирменный стиль» и его основные структурные единицы.

*Задача:* дать характеристику элементам фирменного стиля.

*Задание для самостоятельной работы:* сбор материалов и просмотр успешных фирменных стилей разноплановых компаний.

**2.** Разработка личной визитки (компьютерная графика).

*Цель:* познакомиться с понятием «личная визитная карточка».

*Задача:* приобретение навыков разработки компьютерного макета визитки.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* просмотр мастер-класса по разработке макетов и разработка собственного проекта.

*Задание для самостоятельной работы:* доработка макета.

**3.** Разработка логотипа (комбинированная и компьютерная графика).

*Цель:* продолжение знакомства с логотипом.

*Задача:* научиться комбинировать ручной эскиз логотипа с компьютерным изображением.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* создание макета логотипа.

*Задание для самостоятельной работы:* доработка макета.

**4.** Разработка корпоративной визитки (компьютерная графика).

*Цель:* познакомиться с понятием «корпоративная визитная карточка».

*Задача:* приобретение навыков разработки компьютерного макета визитки.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* просмотр мастер-класса по разработке макетов и разработка собственного проекта.

*Задание для самостоятельной работы:* доработка макета.

**3 год обучения 2 полугодие**

**5 класс**

**5.** Разработка дизайна рекламной открытки (комбинированная графика).

*Цель:* знакомство с рекламной открыткой.

*Задача:* научиться разрабатывать на практике рекламную открытку.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* выбрать определённую сферу деятельности и разработать рекламную визитку в качестве пиар-хода компании.

*Задание для самостоятельной работы:* поиск примеров эксклюзивной рекламной продукции.

**6.** Разработка дизайнерского календаря, стикеров, артбуков (работа по группам).

*Цель:* продолжение знакомства с эксклюзивной рекламной продукцией.

*Задача:* научиться разрабатывать и создавать общий рекламный проект. *Предполагаемое аудиторное занятие:* разбившись на группы, выбрать направленность своей творческой деятельности и разработать набор стикеров/календарь/арт- или скетчбук для какой-либо компании, организации или конкретного лица.

*Задание для самостоятельной работы:* доработка деталей проекта и анализ действий

**7.** Основы работы с рекламными макетами, создание элементов фирменного стиля.

*Цель:* знакомство с основами работы с рекламными макетами.

*Задача:* приобретение навыков по созданию элементов фирменного стиля.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* на основании ранее разработанных логотипов создать элементы фирменного стиля.

*Задание для самостоятельной работы:* доработка макетов.

**8.** Промежуточная аттестация.Создание макета с элементами фирменного стиля.

*Цель:* Научиться самостоятельно компоновать и собирать макет с фирменным стилем.

*Задача:* Показать навыки работы в создании макета с фирменным стилем.

*Предполагаемое аудиторное занятие:* Изготовление макета с элементами фирменного стиля на основании ранее разработанных логотипов.

*Задание для самостоятельной работы:* анализ проделанной работы.

1. ***Требования к уровню подготовки обучающихся***

Результатом освоения учебного предмета «Основы дизайна в рекламе» является приобретение обучающимися следующих знаний, умений и навыков:

* представление о дизайне рекламы как о самостоятельной научно-прикладной дисциплине;
* приобретение практических навыков применения рекламных технологий в дизайне;
* знание существующих стилей и направлений дизайна в рекламе;
* знание значения, функций и структуры рекламного дизайна;
* знание инструментария дизайнера рекламного сообщения и методики его использования;
* знание и умение самостоятельно разрабатывать стратегии рекламного дизайна.

***Требования к уровню подготовки обучающихся***

* знания о месте и роли дизайна в рекламной сфере;
* знания основных графических средств, используемых при создании рекламного проекта, умение применять их на практике;
* развитое ассоциативное мышление;
* знаний наиболее употребляемой терминологии в сфере рекламного дизайна;
* умение стилизовать формы и доводить их до логотипа;
* навыки по работе в команде над рекламным проектом.

1. **Формы и методы контроля, система оценок**

***Аттестация: цели, виды, форма и содержание***

Оценка качества реализации образовательной программы (далее ОП) включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую аттестацию обучающихся.

По окончании полугодий учебного года по каждому учебному предмету выставляются оценки.

***Планирование и средства текущего контроля***

1. Текущий контроль успеваемости обучающихся служит для оценки качества реализации дополнительной предпрофессиональной программы и осуществляется в процессе выполнения учебных заданий. В качестве средств текущего контроля успеваемости в МБУ ДО «Детская художественная школа» используются:

* + устные опросы;
  + тестирования;
  + просмотры учебно-творческих проектов;
  + демонстрация презентаций.

2. Текущий контроль успеваемости обучающихся проводится в счёт аудиторного времени, предусмотренного на учебный предмет.

3. При планировании работы в группах преподаватель, по согласованию с методическим советом школы, в праве самостоятельно определять сроки проведения и необходимые средства текущего контроля.

***Сроки, формы и виды промежуточной аттестации***

1. Промежуточная аттестация обеспечивает оперативное управление учебной деятельностью обучающихся, её корректировку, оценивает результаты учебной деятельности по окончании полугодий учебного года, при этом во втором полугодии - по каждому учебному предмету художественно-творческой подготовки, по предметам других разделов промежуточная аттестация проводится по окончании реализации учебного предмета. Промежуточная аттестация проводится с целью определения:

* качества реализации образовательного процесса;
* качества теоретической и практической подготовки по учебному предмету;
* уровня умений и навыков, сформированных у обучающихся на определённом этапе обучения.

2. Форма промежуточной аттестации:

* зачёт (проводится в счёт аудиторного времени);
* экзамен (проводится за пределами аудиторных занятий).

3. Все формы промежуточной аттестации могут проходить в виде:

* просмотров творческих работ;
* выставок;
* творческих показов;
* тематических презентаций.

**Система и критерии оценок**

По результатам текущей, промежуточной и итоговой аттестации выставляются оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

«5» - Отлично. Ученик самостоятельно выполняет все задачи на высоком уровне, его работа отличается оригинальностью идеи, грамотным исполнением, творческим подходом.

«4» - Хорошо. Ученик справляется с поставленными перед ним задачами, но прибегает к помощи преподавателя. Работа выполнена, но есть незначительные ошибки.

«3» - Удовлетворительно. Ученик выполняет задачи, но делает грубые ошибки (по невнимательности или нерадивости). Для завершения работы необходима постоянная помощь преподавателя.

1. **Методическое обеспечение учебного процесса**

Прежде всего, каждый преподаватель должен чётко уяснить федеральные государственные требования, как к образовательной программе, так и к предметным программам.

Необходимо каждому преподавателю разработать рабочую программу, возможны изменения или перестановка целых модулей, не влекущих за собой изменения основных требований к структуре, целям и задачам программы. В качестве примера выступает данная программа.

Преподавателю необходимо изучить библиотечный фонд школы. Также педагог должен свободно обращаться с современными техническими средствами обучения, знать элементарные правила работы с ними, соблюдать нормы охраны труда, как свои, так и обучающихся.

При организации учебных занятий с младшими классами рекомендуется вводить разнообразнее виды практической деятельности. Это даст возможность повысить уровень усвояемости материала и разовьёт навыки препрофессиональной программы в области рекламного дизайна. В свою очередь, в старших классах на основе уже полученных знаний, навыков и умений можно давать больший объём практической работы, связанной со спецификой и предметным содержанием.

Необходимо использовать накопленный опыт работы других преподавателей, формировать фонд методических находок, разработок, рабочих карточек, вариантов тестов и пополнять его наглядными пособиями, письменными работами, выполненными обучающимися.

На основе накопленных материалов нужно производить ревизию оценочных средств качества обучения, вовремя искать и разрабатывать новые технологии в обучении данному предмету.

Разнообразит реализацию практической деятельности проведение и посещение тематических мастер-классов. Самостоятельная работа обучающихся должна обеспечиваться необходимой литературой, пособиями и другими средствами обучения.

***В школе имеются:***

* библиотечный фонд учебной, познавательной и информационной литературы;
* программное обеспечение;
* технические средства обучения;
* современные электронные средства обучения;
* магнитные доски, магнитные держатели;
* оборудованный кабинет дизайна.

**Список рекомендуемой литературы**

1. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера – СПб.: Питер, 2016. – 208 с.

2. Кидд Чип. Судите сами. Как отличить хороший дизайн от плохого. Перевод с английского: Павел Миронов. Серия TED Books, 2016 – 119 с.

3. Джада Майкл. Сожги свое портфолио! – СПб.: Питер, 2016. – 384 с.

4. Крам Р. Инфографика. Визуальное представление данных. – СПб.: Питер, 2015. – 384 с.: ил.

5. Остин Клеон. Кради как художник. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 176 с.

6. Чернихов Я. Г. Построение шрифтов - М.: ООО Издательство «Архитектура-С», 2015 - 116 с.

7. Гёте И. В. К учению о цвете (Хроматика)// Психология цвета. М.: Кругъ, 2012. – 464 с.

8. Генрих Фрилинг, Ксавер Ауэр. / Человек - цвет - пространство: Прикладная цветопсихология. Сокращенный перевод с немецкого. – М. Стройиздат, 1973 – 141 с.

9. Джо Витале. Гипнотические рекламные тексты: как искушать и убеждать клиентов одними словами. – М: Эксмо, 2010. – 164 с.

10. Джармен Дерек. Хрома. Книга о цвете. Интернет-источник: http://www.kaidan.org/files/Chroma.pdf

11. Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серёгина, В. Г. Шахурин. Библиотека Александра Попова. «Рекламная деятельность». Интернет- источник: http://popovlib.narod.ru

12. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВГУЭС. Теория рекламы. Учебное пособие. Автор: Исаев А. А., Ред.: Масленникова С. Г. Интернет-источник: http://abe.vvsu.ru

13. Мир слов/ Энциклопедический словарь PR и рекламы. Интернет-источник: http://www.mirslov.ru/8/20/452390/

14. Иоханнес Иттен. Искусство цвета.pdf. Интернет-источник: http://vk.com/doc-21974283\_233051160?dl=1776aa24179b123421

15. Интернет-источник: http://alexv.ru

16. Интернет-источник: http://ochendaje.livejournal.com/139653.html

17. Интернет-источник: http://vk.com/fave?w=wall-50911295\_39546

28. Интернет-источник: http://vk.com/shrift