

Программа учебной дисциплины «Веб паблишинг 1»

Утверждена
Академическим советом ООП
Протокол №11 от «24» августа 2018 г.

Автор	Пащенко О.Г.
Число кредитов	4
Контактная работа (час.)	44
Самостоятельная работа (час.)	108
Курс	3
Формат изучения дисциплины	Без использования онлайн курса

I. ЦЕЛЬ, РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ПЕРЕКВАЛИФИКАЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Дисциплина «Веб паблишинг» предназначена для формирования у студентов профессиональных компетенций в области современной цифровой среды.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- законы создания цифрового продукта;
- этапы разработки цифрового продукта;
- особенности производства и использования материала;
- особенности влияния технологического процесса на людей/экологию;
- особенности развития дизайн-процессов.

уметь:

- применять навыки создания цифрового продукта;
- применять материал при создании дизайн-продукта;
- планировать и производить деятельность по производству дизайн-продукта сводя риски влияния технологического процесса на людей/экологию к минимуму;
- применять различные методы работы с информацией для достижения необходимого результата.

владеть:

- навыками создания цифрового продукта;
- навыками постановки творческих задач и их решения;
- навыками самостоятельного создания художественного образа.

Настоящая дисциплина относится к профессиональной части проектной линии образования и является дисциплиной по выбору.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- История и теория дизайна
- Креативное проектирование
- Арт-практика

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- знать специфику процесса проектирования;
- уметь вести аналитическую деятельность.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Специальное проектирование.

II. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Веб-публишинг. Проработка идеи

Цифровая среда сейчас как никогда важна для современного дизайнера. Дизайнеры создают свой продукт в цифровой среде, и в ней же происходит коммуникация с потребителем. В этом разделе студенты учатся создавать цифровой продукт, услугу или мультимедийную публикацию, начиная с проработки идеи, осмысления бизнес-процессов и работы с текстом, и заканчивая реализацией в виде одностраничного сайта — лендинга или лонгрида.

Задание для самостоятельной работы: разработка идеи по теме

Форма отчетности: демонстрация выполненного проекта

Тема 2. Веб-публишинг. Работа с текстом

В рамках этой темы студенты научатся осмыслять бизнес-процессы и работу с текстом, создают свой продукт в цифровой среде.

Задание для самостоятельной работы: создание продукта в цифровой среде

Форма отчетности: демонстрация выполненного проекта

Тема 3. Веб-публишинг. Создание лендинга или лонгрида

Реализация проекта в виде одностраничного сайта — лендинга или лонгрида.

Задание для самостоятельной работы: разработка одностраничного сайта

Форма отчетности: демонстрация выполненного проекта

III. ОЦЕНИВАНИЕ

Промежуточная и итоговая оценка за экзамены складывается из следующих элементов:

1. Текущий контроль, проведенный в середине модуля преподавателем дисциплины.
2. Результаты экзаменационного просмотра.

Оценка выводится по формуле средней взвешенной с учетом введенных весов.

Вес экзаменационного просмотра – 0,55 (k) – О экз; вес текущего контроля в середине модуля – 0,2 (k1) – О накопл.; вес оценки за активность на занятиях – 0,25 (k2) - Оакт.

Таким образом, итоговая оценка рассчитывается по формуле

$$O \text{ результат} = k_1 * O \text{ накопл} + k_2 * O \text{ акт} + k * O \text{ экз/зач}$$

Пример: оценка за экзаменационный просмотр = 8 баллов; за текущий контроль в середине модуля = 6, за активность на занятиях = 7, тогда результирующая оценка (РО) складывается следующим образом:

$PO = 6 \cdot 0,2 + 0,25 \cdot 7 + 8 \cdot 0,55 = 1,2 + 1,75 + 4,4 = 7,35$ – при округлении по правилам округления чисел и получается оценка за экзамен = 7.

В экзаменационную ведомость проставляется оценка = 7.

IV. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Текущий контроль осуществляется в виде семинаров и решения практических задач. В ходе данного контроля оценивается степень понимания студентом лекционного материала, его подходы к решению тех или иных профессиональных вопросов.

Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

Самопроверка студентов может быть осуществлена по следующим вопросам:

1. В чем состоят особенности цифровой среды в дизайнерской и креативной деятельности?
2. Какие особенности создания цифрового продукта Вы знаете?
3. Что такое психофизиология восприятия?
4. Назовите этапы создания лендинга или лонгрида?

V. РЕСУРСЫ

5.1 Основная литература

1. Бердышев, С. Н. Рекламный текст / М.: Дашков и К, 2009. 251с. ISBN 978-5-394-00061-4
2. Дегтярев, А. Р. Изобразительные средства рекламы / М. ГРАНД, 2006. 254 с. ISBN 5-8183-0981-9
3. Ковешникова, Н. А. Дизайн / М.: ОМЕГА-Л, 2005. 223 с. ISBN 5-9811939-4-8
4. Кутлалиев, А. Эффективность рекламы / М.: Эксмо, 2005. 411 с. ISBN 5-699-10796-7
5. Литвинов, В. В. Дизайн: магазин, витрина... / М.: РУДИЗАЙН, 2006. 398 с.
6. Михайлов, С. М. История дизайна / М.: Союз дизайнеров России, 2004.
7. Михайлов, С. М. Дизайн индустриального и постиндустриального общества, 2004. 392 с. ISBN 5-901512-09-X
8. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 239 с. ISBN 978-5-238-01525-5
9. Паранюшкин, Р. В. Композиция / Ростов н/Д: Феникс, 2002. 79 с. ISBN 5-222-01875-X
10. Пименов, П. А. Основы рекламы / М.: Гардарики, 2006. 399 с. ISBN 5-8297-0218-5
11. Эвами, М. LOGO. Создание логотипов. Самые современные разработки / СПб. Питер, 2009. 348 с. ISBN 978-5-388-00654-7
12. Эренгросс, Б. А. Мировая художественная культура / М.: Высш. шк., 2001. 767 с. ISBN 5-06-003754-1
13. Яцюк, О. Г. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий / СПб.: БХВ-Петербург, 2004. 231 с. ISBN 5-941574-11-8

5.2 Дополнительная литература

1. Михайлов, С. М. Становление дизайна как самостоятельного вида проектно - художественной деятельности, 2004. 278 с. ISBN 5-901512-08-1
2. Назарова, Л. Р. Основы проектирования знаков / М.: МИЭМ, 2009. 130 с. ISBN 978-5-945062-46-7

3. Рунге, В. Ф. История дизайна, науки и техники / М.: Архитектура-С.
4. Садохин, А. П. Культурология / М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 365 с. ISBN 5-238-00780-9
5. Ученова, В. В. Социальная реклама / М.: ИндексМедиа, 2006. 303 с.
6. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / СПб. Питер, 2003. 797 с. ISBN 5-318-00284-6
7. Шевцова, Г. В. Английский язык для студентов, обучающихся по специальности "Дизайн" / М.: Высш. шк., 2007. 343 с. ISBN 978-5-06-005629-7

5.3 Программное обеспечение

№ п/п	Наименование	Условия доступа
1.	Microsoft Windows 7 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
2.	Microsoft Windows 10	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
3.	Microsoft Windows 8.1 Professional RUS	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>
4.	Microsoft Office Professional Plus 2010	<i>Из внутренней сети университета (договор)</i>

5.4 Профессиональные базы данных, информационные справочные системы, интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)

№ п/п	Наименование	Условия доступа
<i>Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы</i>		
1.	Электронно-библиотечная система Alpina Digital	URL: http://lib.alpinadigital.ru/ru/library
2.	Гарант	URL: http://www.garant.ru/
3.	Консультант-Плюс	URL: http://www.consultant.ru/
<i>Интернет-ресурсы (электронные образовательные ресурсы)</i>		
1.	Открытое образование	URL: https://openedu.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения аудиторных занятий по дисциплине необходима стандартно оборудованная компьютерная аудитория (компьютеры PC или Mac, видеопроектор и экран настенный, со звуковым оснащение), а также стандартно оборудованная аудитория (столы, стулья) для выполнения ручных эскизных зарисовок и других работ.

Так же для проведения занятий необходимо наличие проектора и экрана для демонстрации с компьютера преподавателя.