

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Пиродиявич
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 19.08.2023 03:20:31
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaedebcea849

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РФ
ФГБОУ ВО
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КУРС «ДИЗАЙН»

Методические указания
к выполнению курсовой работы по дисциплине:

«Фотография в рекламе»

для студентов направление подготовки:
09.03.03 Прикладная информатика,
профиль- Прикладная информатика в дизайне

Уровень высшего образования
БАКАЛАВРИАТ

Махачкала 2022г.

УДК 659.12

Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Фотография в рекламе» для студентов направления подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, профиль- Прикладная информатика в дизайне , Махачкала, ДГТУ, 2022г.-18с.

Составили:

Зав. кафедрой (курс) «Дизайн» Парамазова А.Ш.;
Ассистент Гаджикеримова А.Ю.

Рецензенты:

Доцент кафедры «Архитектура» ДГТУ,
член СХ РФ, Заслуженный художник РФ Магомедов М.П.

Директор АУЦ «Академия компьютерной графики»
Курбанов М.К.

Печатается в соответствии с решением Ученого совета
ДГТУ от «___» _____2022 года

Содержание

Пояснительная записка.....	3
1. Цель и задачи курсовой работы.....	5
2. Организация курсовой работы.....	6
2.1 Выбор темы.....	6
3. Содержание курсовой работы.....	7
3.1 Структурные элементы курсовой работы.....	7
3.2 Требования к оформлению курсовой работы.....	12
4. Защита курсовой работы	12
5 Темы курсовых работ и примерный план.....	13
5.1 Темы курсовых работ.....	13
5.2 Примерный план курсовой работы.....	14
Приложение А.....	15
Приложение Б.....	16
Приложение В.....	17

Пояснительная записка

Дисциплина «Фотография в рекламе и дизайне » относится к числу общепрофессиональных дисциплин. Целью её освоения является получение обучающимися теоретических и прикладных маркетинговых знаний о фотографии, ознакомление с системой мероприятий, обеспечивающих эффективную организацию маркетинговой деятельности, получение навыков проведения аналитических исследований, разработка пакета графических документов и рекламной продукции, организация коммуникативной и сбытовой деятельности, совершенствование процесса ценообразования, использование основных элементов рекламной продукции в практической деятельности.

Особую роль в решении этой задачи призвана играть курсовая работа как завершающий этап обучения в рамках дисциплины «Фотография в рекламе и дизайне».

В учебном процессе курсовая работа – краткое изложение в печатном виде результатов научного исследования обучающегося в области рекламы. Пишется на примере конкретного предприятия.

Выполнение курсовой работы – один из итогов самостоятельной работы обучающегося, когда он использует учебный материал для конкретного исследования, что позволяет развить собственные способности, сильные и слабые стороны своего типа восприятия, памяти, мышления, воли; учит объективно оценивать свою работоспособность, свои познавательные способности. Самостоятельная работа обучающегося демонстрирует умение разбираться в функционировании системы рекламы; владение навыками работы с первичной и вторичной информацией; способности самостоятельно работать с литературой; изучать конкретную научную проблему и излагать свои мысли и доводы.

Курсовая работа и ее защита должны показать, что обучающийся овладел методологией исследования, усвоил основной материал дисциплины «Фотография в рекламе и дизайне».

Следует всегда помнить об огромном разнообразии физических и эмоциональных явлений, которые влияют на восприятие информации потребителем, их сложности, в силу чего исследователь неминуемо сталкивается со взаимно противоречивыми фактами. Поэтому только глубокий и всесторонний анализ позволяет выявить закономерности, основные тенденции развития изучаемого явления.

В ходе написания курсовой работы обучающемуся необходимо использовать учебную литературу, периодические издания, нормативно-справочный материал. Целесообразно использование научно-исследовательских разработок и результатов передового российского и зарубежного опыта в области рекламы.

Данные методические рекомендации призваны оказать помощь обучающимся направления подготовки 09.03.03 – Прикладная информатика в дизайне по направлению «Фотография в рекламе и дизайне» при выполнении ими курсовой работы, ориентированной на решение исследовательской маркетинговой задачи. При этом полученные в процессе написания курсовой работы практические итоги в виде выявленных тенденций, закономерностей, выводов и предложений по результатам анализа должны облегчить обучающимся дальнейшее применение приобретенных знаний в области маркетинга и в овладении практическим опытом по избранному направлению подготовки.

Цель и задачи курсовой работы

Целью выполнения обучающимися направления подготовки 09.03.03 – «Прикладная информатика в дизайне» курсовой работы по дисциплине «Фотография в рекламе и дизайне» является принятие эффективных рекламных решений, базирующихся на освоении теоретических и методологических основ маркетинга, полученных в процессе изучения дисциплины, и овладение практическими приемами и методами фотографии. В процессе выполнения курсовой работы обучающийся должен проявить способности к самостоятельной работе, культуру креативного мышления, владение приемами и навыками корректной постановки научных и научно-практических задач, умение обосновывать и защищать собственные суждения, а также излагать их в соответствии с существующими правилами и традициями, грамотно и доступно.

Основными задачам выполнения курсовой работы являются:

- 1) обоснование актуальности и значимости выбранной темы курсовой работы;
- 2) постановка цели, задач, определение объекта, предмета и методологии исследования;
- 3) анализ и систематизация теоретических выводов отечественных и зарубежных исследователей о состоянии заданной проблемы, раскрытие сущности рекламных категорий, явлений;
- 4) владение современной методикой решения практических задач и вопросов, поставленных в работе;
- 5) разработка и графических практических рекомендаций и предложений, представленных в заключительной главе работы;

7) обобщение материала и формулирование выводов, полученных в результате проведенных исследований.

Отдельной задачей, общей для всех обучающихся вне зависимости от темы конкретного исследования, является следование формальным требованиям к оформлению курсовой работы. Такой подход обусловлен тем, что одним из важнейших элементов культуры производства является умение грамотно и ясно излагать свои мысли, в соответствии с существующими стандартами, максимально используя при этом все возможности компьютерной техники и программного обеспечения.

2. Организация выполнения курсовой работы

2.1 Выбор темы

Курсовая работа выполняется обучающимися всех форм обучения в сроки, предусмотренные графиком учебного процесса. Законченную курсовую работу обучающийся представляет научному руководителю не позднее даты, установленной при утверждении темы. Научный руководитель проверяет представленную работу, удостоверяя допуск работы к защите своей подписью на титульном листе в случае, если работа удовлетворяет всем предъявляемым к ней требованиям, либо возвращает ее на доработку. Допущенная к защите работа сдается на кафедру, о чем лаборант (методист) делает соответствующую запись в регистрационной книге. На кафедре работа хранится до даты защиты, назначаемой в зависимости от количества в группе допущенных к защите работ.

Получив допуск к защите, студент должен подготовить краткое сообщение (на 5-7 минут), в котором ему предстоит четко раскрыть основные положения курсовой работы. Высокая оценка зависит не только от качества выполненной работы, но и от умения обучающегося защитить ее, сначала выступая с сообщением, а потом отвечая на вопросы преподавателя. В сообщении обучающемуся следует отметить, чем он руководствовался при

исследовании темы, какие методы были им использованы, каковы основные выводы. Сообщение может готовиться письменно, но выступать на защите, зачитывая текст, не допускается.

В день защиты, сделав сообщение и ответив на вопросы, обучающийся получает оценку, которая выставляется на титульном листе и заверяется подписями членов комиссии. Работа считается выполненной, о чем делается запись в ведомости и зачетной книжке обучающегося. После этого курсовая работа сдается на кафедру для хранения

3 Содержание курсовой работы

3.1 Структурные элементы курсовой работы

При написании курсовой работы следует руководствоваться стандартом Дагестанского государственного технического университета «ПОЛОЖЕНИЕ о курсовых проектах (работах)». Структурными элементами курсовой работы являются:

- титульный лист (образец в приложении А);
- задание (образец в приложении Б);
- отзыв научного руководителя (образец в приложении В);
- аннотация (образец в приложении Г);
- содержание (образец в приложении Д);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости).

Все перечисленные элементы, кроме приложений, являются обязательными. При отсутствии в структуре курсовой работы любого из обязательных элементов она не принимается к рассмотрению. 10

Титульный лист. Титульный лист является первой страницей курсовой работы. Переносы слов в надписях титульного листа не допускаются.

Задание на курсовую работу. Бланк задания заполняется обучающимся самостоятельно. Бланк задания следует помещать после бланка отзыва руководителя на курсовую работу. Задание должно содержать исходные данные, перечень подлежащих разработке вопросов согласно утвержденному плану, перечень графического материала, срок выполнения курсовой работы, подписи руководителя и исполнителя.

Отзыв на курсовую работу. Бланк отзыва необходим для рецензирования курсовой работы научным руководителем. В бланке отзыва пункты 1 и 2 (ФИО студента, тема КР и т. д.) обучающийся заполняет самостоятельно машинописным способом, остальные пункты заполняет руководитель курсовой работы.

Аннотация. Оформляется согласно требованиям ГОСТа. Объем аннотации – 0,5 страницы. Аннотация является третьим листом курсовой работы. Аннотация – это краткая характеристика курсовой работы с точки зрения содержания, назначения и новизны результатов работы.

Содержание. Оформляется по требованиям ГОСТа. Структурный элемент «Содержание» включает введение, порядковые номера и заголовки глав, параграфов, заключение, список использованных источников, приложения с указанием их обозначений и заголовков. После заголовка каждого из указанных структурных элементов ставят многоточие, а затем проставляют номер страницы, с которой начинается данный структурный элемент. Элемент «Содержание» размещают после аннотации, начиная с

нового листа. Слово «Содержание» записывают в верхней части листа, выравнивая по центру без учета абзацного отступа, с прописной буквы.

Введение. Во введении отражается актуальность выбранной темы, формулируются цель и задачи (согласно утвержденному плану), решение которых необходимо для достижения цели, указываются объект, предмет и методы исследования, которые были использованы в работе, информационная основа исследования. Объем введения – 1-2 страницы. Введение обязательно должно содержать обоснование актуальности выбранной темы; характеристику проблемы по теме исследования, изложение истории вопроса, оценку современного состояния теории и практики; краткое изложение ожидаемых результатов. Элемент «Введение» размещают на отдельном листе после листа «Содержание». Слово «Введение» записывают в верхней части листа, выравнивая по центру без учета абзацного отступа, с прописной буквы.

Основная часть. Основная часть делится на две главы. Каждая глава имеет три-четыре параграфа. Объем каждого параграфа должен содержать не менее двух страниц машинописного текста. Главы должны иметь приблизительно одинаковое количество страниц.

Заголовки глав и параграфов должны полностью соответствовать их содержанию и теме работы. Отдельные части работы должны быть логически связаны между собой и последовательно раскрывать тему исследования. Разделы работы должны быть взаимосвязаны, материал излагаться последовательно и логично. Название раздела должно полностью отражать его содержание, состоять не менее чем из 3-4 слов. В конце главы должны быть сформулированы краткие выводы.

Первая глава – носит общетеоретический (методологический характер). В ней на основе изучения работ отечественных и зарубежных авторов излагается теоретическая сущность изучаемой темы, дается

характеристика исследуемых теоретических категорий, излагается собственное мнение обучающегося. Объем первой главы – 8-10 страниц.

В первой (аналитической) главе дается характеристика рассматриваемой проблемы на примере конкретного объекта исследования. Глава включает описание объекта исследования (историю создания и развития, миссию, цель, стратегию предприятия), особенности маркетинговой деятельности предприятия (принцип построения маркетинговой службы, состояние внешней рекламной среды, эффективность проведения рекламных исследований, стратегические и оперативные дизайнерские решения), оценку деятельности предприятия по исследуемой проблеме. Основанием для анализа должна стать первичная и вторичная информация: статистические материалы, графические материалы фирменного стиля, результаты социологических опросов и др. Наряду с констатацией текущих параметров и выявленных положительных тенденций, студент должен сформулировать главные недостатки рекламной компании предприятия в области рассматриваемой проблемы. Объем главы составляет 10-12 страниц.

Во второй (проектной) главе определяются современные требования в решении поставленной проблемы и перспективы развития предприятия, с учетом которых разрабатываются предложения по совершенствованию деятельности объекта. Все решения и предложения должны быть обоснованы и подкреплены графическими материалами. Объем главы – 5-10 страниц.

Заключение. В заключении логически последовательно излагаются теоретические и практические выводы и предложения, к которым пришел обучающийся в результате исследования по всей курсовой работе, включая все главы. Выводы должны быть краткими и четкими, дающими полное представление о содержании, значимости, обоснованности и практической целесообразности разработок. Пишутся они в форме тезисов и должны отражать основные выводы по теории вопроса, по проведенному

исследованию и всем предлагаемым мероприятиям. Объем заключения – 1-2 страницы.

Заключение следует писать определенным образом. После оценки степени достижения цели работы, излагается краткое содержание первой, второй главы, которое начинается со слов – «В первой главе курсовой работы ...» и т.д. Затем можно привести следующую фразу: «На основании проведенного исследования нами сделаны следующие выводы: ...» и написать выводы маркированным списком. Рекомендуется на основе материалов курсового исследования сделать не менее 4-6 выводов.

Список использованных источников. Список должен содержать сведения об источниках, использованных при выполнении курсовой работы. В нем необходимо указать не менее 10 источников (включая основную учебную литературу, статьи из журналов, интернет ресурсы и др.). Составляется в строгом соответствии с требованиями ГОСТ. Год издания использованной литературы не должен превышать 4 лет к дате подготовки курсовой работы.

В список включают все источники, на которые имеются ссылки в тексте курсовой работы. Сведения об источниках следует располагать в алфавитном порядке, нумеровать арабскими цифрами без точки и печатать с абзацного отступа. Библиографическая запись на электронные ресурсы приводится в конце списка. Нумерация источников в списке сохраняется сквозная.

Ссылки на использованные источники в тексте приводят в квадратных скобках, указывают порядковый номер источника и через запятую номер страницы.

Структурный элемент «Список использованных источников» размещают после заключения с нового листа. Словосочетание «Список

использованных источников» приводят в верхней части листа, выравнивая по центру без учета абзацного отступа, с прописной буквы.

Приложения (если есть). В приложения выносятся вся дополнительная, вспомогательная информация (расчеты, таблицы, первичные данные, схемы и 14 т.п.), методики, положения, документы, которые загромождали бы основной текст.

Объем основной части курсовой работы – не менее 20 страниц печатного текста, шрифт 14, обычный, Times New Roman, межстрочный интервал – 1,5.

3.2 Требования к оформлению курсовой работы

Общие требования и правила, предъявляемые к оформлению курсовой работы, изложены в стандарте оформления студенческих работ ОГУ (СТО 02069024.101-2015 «Работы студенческие. Общие требования и правила оформления»).

Стандарт устанавливает требования к содержанию структурных элементов текстовой части курсовой работы, правила изложения текстовой части работы, включая заголовки, перечисления, таблицы, иллюстрации, формулы, сокращения, сноски и другое.

Курсовая работа выполняется строго в соответствии со стандартом оформления студенческих работ, с соблюдением всех установленных в нем требований и правил

4 Защита курсовой работы

Защита курсовой работы дает возможность определить уровень теоретических знаний обучающегося, установить, насколько серьезно работал он над изучением материалов, а также позволяет привить навыки подготовки публичных выступлений и ответов на вопросы.

Защите курсовой работы предшествует проверка ее руководителем, для чего окончательно оформленная рукопись отдается на кафедру. Проверенная работа вместе с отзывом и указанием о допуске к защите возвращается обучающемуся, который должен, ознакомившись с замечаниями, подготовить ответы по их существу.

Обучающийся готовит доклад продолжительностью 7 минут, в котором отражает задачи курсовой работы, выводы, к которым он пришел в результате исследования, обоснование этих выводов, а также аргументированные ответы на замечания руководителя. В процессе защиты обучающийся обязан ответить на вопросы членов комиссии и присутствующих студентов.

Курсовая работа, не допущенная к защите или получившая неудовлетворительную оценку, возвращается обучающемуся, который должен переработать или написать КР по другой теме.

Обучающиеся, которые не защитили курсовую работу, к сдаче экзамена по дисциплине «Фотография в рекламе и дизайне» не допускаются.

5 Темы курсовых работ и примерный план

5.1 Темы курсовых работ

1. Разработка рекламной компании продукции шоколадного предприятия
2. Разработка рекламной компании производства одежды
3. Разработка рекламной компании продукции парфюмерного предприятия
4. Разработка рекламной компании кофейни
5. Разработка рекламной компании продукции косметического предприятия
6. Разработка рекламной компании туристического агентства
7. Разработка рекламной компании хлебобулочной продукции

8. Разработка рекламной компании молочной продукции
9. Разработка рекламной компании личного бренда
10. Разработка рекламной компании продукции бытовой химии
11. Разработка рекламной компании продукции художественной литературы
12. Разработка рекламной компании продукции Интернет-услуг
13. Разработка рекламной компании мебельной продукции
14. Разработка рекламной компании канцелярских товаров

5.2 Примерный план курсовой работы

Тема: Разработка рекламной компании производства одежды

Введение

1. Использование фотографии в рекламе одежды

1.1 Фотореклама одежды и ее развитие

1.2 Фотография в рекламных объявлениях

1.3 Фотография в рекламных плакатах

1.4 Удачные рекламные образы

Глава 2. Рекламные образы в фотографии

2.1 Подходы к пониманию рекламного образа

2.2 Люди в рекламной фотографии

2,3. Психология и символика цвета рекламной фотографии

Заключение

Список использованных источников

Приложение

Приложение А

Образец оформления титульного листа

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дагестанский государственный технический университет»
Технологический факультет
Курс «Дизайн»

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине: «Фотография в рекламе и дизайне»

Разработка рекламной компании производства одежды

Руководитель курсовой работы

Исполнитель

Махачкала 2022.

Приложение Б

ОТЗЫВ

руководителя о курсовой работе

студента _____ группы _____

фамилия, имя отчество _____ обозначение _____

выполненной по теме

на соискание квалификации _____
бакалавр, магистр, специалист

по направлению подготовки _____

1 Курсовая работа выполнена на _____ количество страниц

2 Цель и задачи курсовой работы

3 Соответствие содержания курсовой работы заданию (полное или неполное)_____

4 Степень проработанности разделов в курсовой работе

5 Соответствие оформления текстовой и графической частей курсовой работы требованиям стандарта

6 Заключение о результатах курсовой работы

Курсовая работа заслуживает оценки

Руководитель курсовой работы _____

Фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание

Подпись « » 20 г.

Приложение В

Образец аннотации

В данной курсовой работе рассматривается механизм оценки эффективности рекламной деятельности предприятия.

Структура данной курсовой работы выглядит следующим образом.

Первый раздел отражает теоретические основы оценки эффективности рекламной деятельности предприятия, особое внимание при этом уделяется показателям эффективности рекламной кампании. Проводится анализ существующей ситуации в мире рекламы.

Во втором разделе рассмотрены особенности рекламной деятельности предприятия и проведена оценка её эффективности. Разработан пакет графических документов презентующий продвижение рекламной стратегии предприятия.

Работа выполнена печатным способом на 37 страницах с использованием 15 источников, содержит 2 таблицы и 5 рисунков.