

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»
Кафедра прикладной информатики и математики

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО КУРСОВОМУ ПРОЕКТИРОВАНИЮ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ «КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА»**

учебно-методическое пособие для студентов направления

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль "Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности"

Курск 2018

УДК 004:36(075.8)
ББК32.973.26–018.2я73+ 60.9я73
Т92

Автор-составитель - М.А. Кожура, старший преподаватель кафедры прикладной информатики и математики Курского института менеджмента, экономики и бизнеса.

Рецензент - зав. кафедрой прикладной информатики и математики, канд. физ.-мат. наук, доц. Федоров А.В.

Т92 Кожура М.А.
Методические указания к курсовому проектированию по дисциплине "Компьютерная графика": учебно-методическое пособие / М.А. Кожура; Курск. ин-т менеджмента, экономики и бизнеса. – Курск: ООО «Мечта», 2018. — 29 с.

Настоящее учебно-методическое пособие предназначено для студентовнаправления подготовки бакалавров 42.03.01Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью в отраслях и сферах деятельности» в качестве рекомендаций к курсовому проектированию.

УДК 004:36(075.8)
ББК 32.973.26–018.2я73+60.9я73
© КожураМ.А., 2018.
© Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса, 2018.

Содержание

1. Общие положения

Курсовое проектирование в рамках изучения дисциплины «Компьютерная графика» представляет собой самостоятельное учебно-научное исследование, которое студенты выполняют под руководством преподавателя в соответствии с учебным планом направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

В соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» студенты должны выполнить курсовой проект по дисциплине Б1.О.10 «Компьютерная графика». Выполнение курсового проектирования по данной дисциплине необходимо для успешного освоения таких дисциплин учебного плана, как: Б1.О.16 «Web-дизайн», Б1.В.09 «Техника и технологии рекламных видео и фотографии», Б1.О.19 «Практикум по разработке Web-страниц», Б1.В.10 «Технологии разработки и производства рекламного и PR-продукта», Б1.В.08 «Рисунок с основами перспективы», Б3.О.01.01 «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

Целью курсового проектирования является применение на практике знаний, полученных в процессе изучения курса Б1.О.10 «Компьютерная графика» и формирование практических навыков разработки рекламного продукта средствами графических редакторов, а также подготовка к выполнению и защите выпускной квалификационной работы.

Задачи курсового проектирования:

- сформировать у студентов представление о способах создания рекламного продукта средствами графических редакторов;
- формирование навыков самостоятельной работы по созданию рекламных продуктов;
- формирование навыков анализа предметной области, выявления информационных потребностей заказчика;
- формирование навыков формулирования требований к рекламному продукту;
- формирование умений проводить сравнительный анализ и выбирать типовое программное обеспечение для решения прикладных задач и создания рекламного продукта;

- формирование умений выбирать инструментальные средства и технологии создания рекламного продукта;
- формирование навыков формализации и реализации решения прикладных задач пользователя;
- привить студентам потребность постоянного повышения своих знаний и умений в области компьютерной графики и рекламы.

К важнейшим требованиям, предъявляемым к курсовым проектам по дисциплине Б1.О.10«Компьютерная графика», относятся:

- знание теории рекламы основ компьютерной графики;
- самостоятельное и творческое выполнение работы;
- демонстрация способности исследования предметной области;
- демонстрация умений формулировать требования к программному продукту;
- оформление пояснительной записки проекта в соответствии с требованиями.

Задание на курсовое проектирование студенты получают в начале семестра по одной из актуальных проблем или задач рекламной деятельности (перечень примерных тем курсовых проектов приводится в Приложении 2).

Период работы над курсовым проектом содержит нескольких этапов:

- выбор и закрепление темы курсового проекта;
- сбор материала для курсового проекта;
- проектирование;
- написание и оформление пояснительной записки;
- подготовка курсового проекта к защите;
- защита курсового проекта.

Выполнение курсового проекта способствует углубленному изучению наиболее важных и сложных тем дисциплины «Компьютерная графика» и является проверкой глубины и прочности знаний студента.

Выполненный проект представляется для проверки. При условии положительной оценки преподавателем проект рекомендуется к защите. Неудовлетворительно выполненная работа подлежит переработке в соответствии с замечаниями преподавателя, содержащимися в рецензии.

По дисциплине Б1.О.10«Компьютерная графика»предусмотрен экзамен, к

которому студенты допускаются при условии успешной защиты курсового проекта.

Показатели и критерии оценивания курсового проектирования по дисциплине Б1.О.10 «Компьютерная графика»

Показатель оценивания – знание теории компьютерной графики; умение проводить обследование предметной области, формулировать требования к программному продукту; умение проводить анализ существующих разработок и обосновывать выбор технологии создания рекламного продукта средствами графических редакторов; владение инструментами и методами создания рекламных продуктов средствами векторных графических редакторов.

Шкала оценивания – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительной»

Критерии оценивания:

Оценка «отлично». Обучающийся показывает глубокое и систематическое знание теории компьютерной графики, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал курсового проекта, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом на вопросы, задаваемые членами экзаменационной комиссии. Демонстрируется умение выполнять обследование предметной области, формулировать требования к рекламному продукту. Демонстрируется уверенное владение инструментами и методами векторных графических редакторов. Курсовой проект содержит авторские проектные решения, оформлен в соответствии с требованиями.

Оценка «хорошо». Обучающийся показывает знание теории компьютерной графики, свободно излагает материал курсового проекта, умеет увязывать теорию с практикой, но испытывает затруднения с ответом на вопросы, задаваемые членами экзаменационной комиссии. Демонстрируется умение выполнять обследование предметной области, формулировать требования к рекламному продукту. Демонстрируется владение инструментами и методами векторных графических редакторов. Курсовой проект содержит авторские проектные разрешения, оформлен в соответствии с требованиями. Допускаются неточности и ошибки не критического характера.

Оценка «удовлетворительно». Обучающийся имеет фрагментарные знания

теории компьютерной графики, показывает знания важнейших разделов теоретического курса дисциплины, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении положений курсового проекта, испытывает затруднения в ответах на вопросы, задаваемые членами экзаменационной комиссии. Демонстрируется неуверенное умение выполнять обследование предметной области, формулировать требования к программному продукту. Курсовой проект оформлен с нарушениями требований. Допускаются грубые ошибки в использовании возможностей графических редакторов при создании рекламного продукта.

Оценка «неудовлетворительно». Демонстрируются отсутствие знаний основ компьютерной графики, умений выполнять обследование предметной области, формулировать требования к программному продукту. Создание рекламного продукта не отвечает требованиям оригинального проектного решения. Курсовой проект оформлен с нарушениями требований.

2. Структура курсового проекта

Курсовая работа представляется на бумажном носителе в виде пояснительной записки. В электронном виде курсовая работа предоставляется в следующих файлах:

- текст работы в формате MicrosoftWord 2007 и выше,
- презентация – MSPowerPoint 2007 и выше,
- мультимедийный продукт, выполненный в программах CorelDRAWX5 и

выше или Inkscapе.

По структуре пояснительная записка к курсовой работе состоит из:

1. титульного листа (Приложение 1)
2. введения, в котором раскрывается актуальность темы, выбор объекта и предмета курсовой работы, формулируются цели и задачи работы;

3. основной части, которая состоит из двух разделов:

- в первом разделе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы; рассмотрение основных понятий и категорий в области мультимедиа применительно к теме работы, обоснование основных методов, способов и технологических решений разработки рекламного продукта, аналитический обзор опыта ведущих отечественных и зарубежных компаний в области мультимедиа, определение перспектив развития мультимедиа.

- вторым разделом является практическая часть, которая представлена графиками, таблицами, схемами, чертежами и т. п.; также должны быть даны ре-

комендации и предложения по решению поставленной задачи (создание мультимедийного продукта).

4. заключения, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно возможностей практического применения материалов работы;
5. списка используемой литературы;
6. приложений.

Актуальность темы работы. Указывается значимость проведения работы именно по данной теме на современном этапе развития общественных отношений, а также обосновывается позиция автора по выбору им тематики курсовой работы. Кроме того, здесь может быть освещена практическая и теоретическая ценность работы в выбранном направлении.

Объектом курсовой работы обозначается область, которую предстоит исследовать автору в его работе.

Предмет исследования уточняет область исследования по выбранной тематике курсовой работы. Объект всегда шире, чем предмет и, если объект одной курсовой работы в принципе может совпасть с другими схожими работами, то предмет исследования у каждой курсовой работы – свой собственный. Предмет – это всегда то конкретное, что собирается исследовать автор.

Цели и задачи работы. Цели работы предопределены предметом курсовой работы, непосредственно вытекают из него, а задачи, в свою очередь, предопределены целью. Чаще всего цель одна, а задач несколько. Цель курсовой работы – это тот ориентир, то конечное состояние, которое автор стремится в итоге достигнуть. Цели с задачами соотносятся как общее и частное, то есть задачи – это определенные промежуточные пункты на пути достижения цели.

- ✓ При изложении материала необходимо соблюдать общепринятые правила:
- ✓ не рекомендуется вести повествование от первого лица единственного числа (такие утверждения лучше выразить в безличной форме);
- ✓ при упоминании в тексте фамилий обязательно ставить инициалы перед фамилией;

3. Задание к работе

Создать фирменный стиль предприятия (согласно варианту) при помощи графического редактора CorelDRAW или Inkscape. Обязательные компоненты: корпоративная визитная карточка, логотип предприятия, календарь.

Рекламный слоган, реквизиты, контактную информацию необходимо домыслить самостоятельно, исходя из названия предприятия и предлагаемой продукции.

Данные о товаре (фото, статистическую информацию, цены и т. п.) предоставить, проанализировав информацию из литературных - и *Internet*-источников по предложенной теме.

Общие рекомендации к разработке фирменного стиля

Фирменный стиль — набор словесных и визуальных констант, обеспечивающих единство восприятия товаров, услуг, информации, исходящих от фирмы или торговой марки к потребителю.

Основные правила при создании фирменного стиля:

1. Фирменный стиль должен легко запоминаться. В то же время он не может быть похож на любой другой и должен ассоциироваться у потенциального потребителя именно с данной продукцией.

2. Фирменный стиль должен быть единым (стиль упаковок товаров, оформления документации, сувенирной продукции, рекламы, рабочей одежды сотрудников компании).

3. Фирменный стиль должен быть легко узнаваемым, чтобы не возникали ассоциации с другими компаниями.

4. Фирменный стиль должен быть легко масштабируемым, который будет хорошо копироваться вне зависимости от размера, без искажения.

Фирменный стиль включает в себя широкий перечень элементов: логотип, фирменный шрифт, корпоративные цвета, визитка, бланк, папка, конверт, формы для факса и e-mail, пакеты и сумки, фирменная одежда, сувениры и др.

Фирменный стиль помогает достичь определенного единства в рекламе, что повышает ее эффективность - правильно расставленные акценты создадут выгодное впечатление о компании.

Визитная карточка – это часть имиджа не только сотрудника компании, но и самой компании. Основная её функция – предоставление информации о ее владельце или об организации.

Цветная графика не всегда переносима, поэтому особое внимание нужно обращать на тщательный подбор цветовой гаммы. Предпочтительно использование максимум 2-х шрифтов и 3-х различных цветов, классический вариант – чёрно-белая карточка без применения дизайнерского оформления.

Обязательно указывается полное наименование организации, фамилия, имя, отчество сотрудника, занимаемая им должность и контактные данные, включающие номера телефонов, факса, адрес компании, в том числе и электронный, а также адрес *Internet* -сайта.

Дополнительно допускается указать данные о сфере деятельности компании и предоставляемых ею услугах, продукции.

Не рекомендуется к применению при оформлении: гербы, различная символика, девизы, а также фотографии.

Стандартный размер визитной карточки 90×50 мм. В макет необходимо внести технологический припуск размером около 4 мм — он в дальнейшем будет обрезан при изготовлении в типографии.

Корпоративная визитная карточка подчеркивает представительность компании, дизайнерская — своим видом показывает незаурядность и широкие возможности ее владельца, личная — его жизненные устремления. Основная задача — заинтересовать предоставляемыми услугами или продукцией потенциального партнера.

Логотип - графическое начертание фирменного наименования в виде стилизованных букв и/или идеограммы. Логотипы широко применяются для изображения товарных знаков и в качестве эмблем юридических лиц.

Шесть основных функций Логотип:

1. фактическая (канал, контакт между носителем и получателем: вывески на домах, таблички офисов...);
2. экспрессивная (визуальное сообщение миссии компании: идентичность и характеристики компании);
3. референтная (информация о продукте: подытоживает характеристики компании);
4. импрессионная (впечатление от увиденного: воздействие на потребителя);
5. поэтическая (эмоциональный призыв, эстетическое восприятие);
6. металингвистическая (информационный код сообщения: словесное и символическое восприятие).





Рис. 8. Примеры выполнения разработанного фирменного стиля предприятия

4. Методические указания по оформлению курсового проекта

4.1 Требования и правила оформления текстового материала

Оформление курсового проекта должно соответствовать определенным требованиям.

Материал курсового проекта располагается в следующем порядке:

1. Титульный лист (приложение 4);
2. Оглавление (содержание);
3. Введение;
4. Основная часть (2 главы);
5. Заключение;
6. Список литературы;
7. Приложение (приложения).

В содержании приводятся заголовки разделов, граф, параграфов и т. д. с указанием страниц всех частей работы. При этом заголовки и их рубрикационные индексы должны быть приведены в строгом соответствии с текстом.

Текстовый материал работы должен быть представлен в машинописном варианте. Основной объем работы должен составлять 20-30 страниц. Объем приложения не ограничен. Текст наносится только с одной стороны листа формата А4, при этом следует соблюдать следующие отступы: слева – 3 см., справа – 1 см., сверху – 2 см., снизу – 2,5. Наглядно параметры страницы представлены на рисунке 3.1. Размеры указаны в сантиметрах. Выбранный шрифт должен быть четким и разборчивым (рекомендуется «TimesNewRoman»), размер шрифта-14, печать через 1.5 интервала. Названия глав, параграфов, пунктов, подпунктов следует начинать с абзаца, их можно писать более крупным кеглем, чем текст. Допускается выделение интенсивностью (полужирный шрифт).

Все страницы работы должны быть пронумерованы последовательно арабскими цифрами. Номер должен располагаться в середине страницы в 1-2 мм. от ее верхнего края. Нумерация страниц должна быть сквозной от титульного листа до последнего листа текста, включая иллюстративный материал (таблицы, графики, диаграммы и т.п.), расположенный внутри текста или после него, а также приложения. На титульном листе, который является первой страницей, и странице, содержащей

оглавление, номера страниц не ставятся, но учитываются при общей нумерации. Нумерация страниц должна соответствовать оглавлению (содержанию).

Сокращения в тексте не допускаются. Исключения составляют:

- общепринятые сокращения мер веса, длины и т.д.;
- общепринятые грамматические сокращения такие как: т.д., т.п., т.е., т.о.;
- те сокращения, для которых в тексте приведена полная расшифровка.

Расшифровка сокращения должна предшествовать самому сокращению. Сокращение, встречающееся в тексте в первый раз указывается в скобках, сразу за его расшифровкой. Например: ... орган Государственной Налоговой Инспекции (ГНИ) Далее по тексту сокращение употребляется уже без скобок. Используемые сокращения или аббревиатуры рекомендуется выделить в «Список сокращений», размещаемый после Заключения.

Также специфические понятия и термины, используемые в тексте курсового проекта, рекомендуется оформить в виде отдельного «Глоссария», содержащего толкование данных понятий. Глоссарий размещается аналогично списку сокращений.

При приведении цифрового материала должны использоваться только арабские цифры, за исключением общепринятой нумерации кварталов, полугодий и т.д., которые обозначаются римскими цифрами. Количественные числительные, римские цифры, а также даты, обозначаемые арабскими цифрами, не должны сопровождаться падежными окончаниями.

Знаки «№», «§», «%» применяются только вместе с цифрами. В тексте употребляются слова: «номер», «параграф», «процент».

Если в тексте необходимо привести ряд величин одной и той же размерности, то единица измерения указывается только после последнего числа. Для величин, имеющих два предела, единица измерения пишется только один раз при второй цифре.

4.2. Правила оформления иллюстративного материала

Необходимым условием оформления курсового проекта является иллюстративный материал, который может быть представлен в виде рисунков, схем, таблиц, графиков, диаграмм. Иллюстрации должны наглядно дополнять и подтверждать содержание текстового материала и отражать тему курсового проекта. На каждую единицу

иллюстративного материала должна быть хотя бы одна ссылка в тексте курсового проекта.

В том случае, когда текст иллюстрируется таблицами, они оформляются следующим образом. Таблицы следует размещать сразу после ссылки на них в тексте. Таблицы последовательно нумеруются арабскими цифрами в пределах всей работы или главы. Над правым верхним углом таблицы помещают надпись «Таблица №». Ниже посередине страницы может быть помещен тематический заголовок.

Строки таблицы нумеруются только при переносе таблицы на другую страницу. Так же при переносе таблицы следует переносить ее шапку на каждую страницу. Тематический заголовок таблицы переносить не следует, однако над ее правым верхним углом необходимо указывать номер таблицы после слова «Продолжение». Например: «Продолжение таблицы №».

Столбцы таблицы нумеруются в том случае, если она не умещается по ширине на странице. Если таблица располагается на странице не вертикально, а горизонтально, то шапка таблицы должна располагаться с левого края страницы, как это показано на рисунке 3.2.

Все иллюстрации, не относящиеся к таблицам (схемы, графики, диаграммы и т.д.), именуется рисунками. Им присваивается последовательная нумерация либо сквозная для всего текста, либо в пределах главы. Все рисунки должны иметь полные наименования. Номер и наименование рисунка записываются в строчку под его изображением посередине страницы. Например: «Рис. 3.1 Блок-схема основного модуля».

При переносе рисунка на следующую страницу его наименование указывать не следует, однако под рисунком необходимо указывать его номер после слова «Продолжение». Например: «Продолжение Рис. №».

Следует обратить внимание, что слова «Таблица» и «Рисунок» начинаются с большой буквы. Ссылки на иллюстративный материал в тексте курсового проекта могут начинаться с маленькой буквы. Номера таблиц и рисунков указываются без каких-либо дополнительных символов. Например: примерный план выполнения и защиты курсового проекта представлен в таблице 1.1.

4.3 Правила составления списка литературы

Использованные в процессе работы специальные литературные источники указываются в конце курсового проекта перед приложением. Список использованной литературы входит в основной объем работы. На каждый литературный источник в тексте работы обязательно должна быть хотя бы одна ссылка.

Список литературы может быть составлен либо в порядке упоминания литературных источников в дипломной работе либо в алфавитном порядке. Второй способ удобнее, т.к. в этом случае легче указывать ссылки на литературу в тексте курсового проекта. Список адресов серверов Internet указывается после литературных источников.

При составлении списка литературы в алфавитном порядке следует придерживаться следующих правил:

- 1) законодательные акты и постановления правительства РФ;
- 2) специальная научная литература;
- 3) методические, справочные и нормативные материалы, статьи периодической печати.

Для многотиражной литературы при составлении списка указываются: полное название источника, фамилия и инициалы автора, издательство и год выпуска (для статьи – название издания и его номер). Полное название литературного источника приводится в начале книги на 2-3 странице.

Для законодательных актов необходимо указывать их полное название, принявший орган и дату принятия. При указании адресов серверов Internet сначала указывается название организации, которой принадлежит сервер, а затем его полный адрес.

Пример списка литературы:

...

7. Информационные системы в экономике: Учебник / Под ред. проф. В.В. Дика - Москва.: Финансы и Статистика, 2010. - 272 стр.: ил..
8. Приказ от 26.12.94 № 170 О положении о бухгалтерском учете и отчетности в Российской Федерации, приказ Минфина РФ № 170 от 26.12.2012.
9. Фирма 1С. WWW:<http://www.1c.ru>

При ссылке на литературу в тексте приводится порядковый номер источника, заключенный в квадратные скобки. При приведении дословной цитаты из источника указывается также страница, на которой содержится данная цитата. Например: «Программное обеспечение - это совокупность программ системы обработки данных и программных документов, необходимых для эксплуатации этих программ»- [7. стр.18].

4.4 Правила оформления приложения

Приложения оформляются как продолжение курсового проекта на последующих ее страницах, но в основной листаж не включаются. Содержание приложений определяется студентом-дипломником по согласованию с научным руководителем. При этом в основном тексте работы целесообразно оставить только тот иллюстративный материал, который позволяет непосредственно раскрыть содержание излагаемой темы. Вспомогательный же материал выносится в приложения. Объем приложений не ограничивается, поэтому основной листаж можно регулировать за счет переноса иллюстративного материала в приложения или из приложений.

Если приложения однородны по своему составу, то им предшествует отдельный лист с надписью «Приложение». В том случае, когда в работе содержатся приложения нескольких видов, они нумеруются последовательно арабскими цифрами: «Приложение 1», «Приложение 2» и т.д., кроме того каждое приложение может иметь свое тематическое название. Например: Приложение 5. Текст основных программных модулей. На каждое приложение в тексте работы обязательно должна быть хотя бы одна ссылка.

5. Защита курсового проекта

Курсовая работа представляется и защищается в установленное учебными планами сроки. Курсовая работа, не представленная студентом в установленные сроки, не отвечающая настоящим методическим требованиям, не допускается к защите.

Для защиты курсовой работы студент готовит выступление длительностью 5-7 минут. Доклад должен включать следующее: обоснование актуальности темы, определение цели и задач курсовой работы, освещение результатов, полученных в ходе изучения основных вопросов темы, графические иллюстрации по разработанному графическому продукту. При этом следует сосредоточить особое

внимание на положениях и выводах, сформулированных автором самостоятельно. После выступления студент отвечает на вопросы руководителя работы, а также лиц, присутствующих на защите.

Критерии оценки курсовых работ

Основными критериями оценки курсовых работ являются:

1. Соответствие содержания работы теме работы, поставленным целям и задачам.
2. Использование научного аппарата (понятия, методы, литература).
3. Практическая значимость выводов и рекомендаций, предложенных автором.

Итоговая оценка по курсовой работе определяется всеми названными критериями по 5-балльной системе.

Титульный лист пояснительной записки курсового проекта
ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Факультет подготовки бакалавров
Кафедра управления и связей с общественностью

КУРСОВОЙ ПРОЕКТ

по дисциплине «Компьютерная графика»

тема: «_____»

Выполнил: студент (ка) __ курса группы _____

_____/ Ф.И.О. студента
(личная подпись)

Руководитель:

_____/ Ф.И.О. преподавателя
(личная подпись)

“ ____ ” _____ 20 __ г.

Курск – 20__ г.

**Примерный перечень тем курсового проектирования по дисциплине
«Компьютерная графика»**

1. Предприятие Хладокомбинат (на примере тортов мороженого).
2. Косметическое предприятие по изготовлению серии кремов.
3. Консервный завод (на примере выпуска соков)
4. Авиакомпания (организация туристических перелетов).
5. Обувная фабрика
6. Компьютерная фирма, разрабатывающая ПО офисных приложений.
7. Фабрика елочных игрушек
8. Молочный завод
9. Фабрика детских товаров (на примере приборов для детского питания)
10. Фабрика детских товаров (на примере предметов гигиены)
11. Химический завод
12. Горно-обогащительный завод
13. Фабрика верхней одежды
14. Кондитерская фабрика
15. Предприятие автопрома
16. Фармацевтическое предприятие (на примере косметических средств)
17. Фабрика по изготовлению и упаковке кофе и чая.
18. Химический завод по изготовлению синтетических средств (мыло, порошок и т.д.).
19. Завод по изготовлению газированных напитков.
20. Завод пластмасс.