

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.14 Веб-дизайн

программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.14 «Веб-дизайн» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01, Реклама утвержденного приказом Минобрнауки России от 21.07.2023, № 552, примерной образовательной программой.

Разработчик: А.А. Макаренко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 9 от «20» мая 2026 г.

Председатель ПЦК _____ А.А. Макаренко


подпись

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБ-
НОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Учебная дисциплина ОП.14 «Веб-дизайн» является частью общепрофессионального учебного общепрофессионального цикла (далее ОП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01, Реклама.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ОП СПО, приведенные в таблице.

Код компетенции	Умения	Знания
ОК 03	Анализировать целевую аудиторию сайта; формулировать концепцию веб-проекта в составе рекламной кампании.	Виды сайтов и их назначение в рекламной деятельности; принципы информационной архитектуры.
ОК 04	Применять принципы типографики, колористики и сеточных систем в веб-дизайне; работать в команде над общим макетом.	Принципы веб-типографики; теория цвета в digital; сеточные системы; основы адаптивного дизайна.
ОК 05	Создавать прототипы и адаптивные макеты сайтов и лендингов в Figma; готовить макеты digital-баннеров для рекламных кампаний.	Инструментарий Figma; анатомию веб-страницы и landing page; форматы и требования к рекламным digital-баннерам.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	32
в том числе:	
~ теоретическое обучение	14
~ практические занятия	14
~ самостоятельная работа	4
~ промежуточная аттестация	ДЗ

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Раздел 1. Основы веб-дизайна для рекламы			
Тема 1.1 Веб-дизайн как инструмент рекламной коммуникации	Содержание		
	Виды сайтов и их роль в рекламной кампании: лендинг, промо-сайт, корпоративный сайт. Процесс работы над веб-проектом. Обзор инструмента Figma.	2	ОК 03, ОК 5
	Практическое занятие №1 «Знакомство с интерфейсом Figma. Анализ 3 лендингов рекламных кампаний: структура, целевая аудитория, призыв к действию (СТА)».	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Анализ современных сайтов.	2	ОК 03, ОК 5
Тема 1.2 Структура и техническое задание лендинга	Содержание		
	Информационная архитектура одностраничного сайта. Структура ТЗ на лендинг под рекламную кампанию. Целевая аудитория и оффер.	2	ОК 03, ОК 4
	Практическое занятие №2 «Составление мини-ТЗ на лендинг для выбранного рекламируемого продукта/услуги: оффер, ЦА, структура блоков».	2	ОК 03, ОК 4
Раздел 2. Визуальные основы и сетка			
Тема 2.1 Типографика и цвет в веб-дизайне	Содержание		
	Веб-типографика: шкала, пары шрифтов. Теория цвета в digital, контрастность WCAG. Перенос фирменного стиля рекламной кампании на веб.	2	ОК 03
	Практическое занятие № 3 «Создание мини Style Guide для лендинга: типографическая шкала, цветовая палитра (на основе фирменного стиля), проверка контраста».	2	ОК 03
	Самостоятельная работа обучающихся «Разработка лендинга».	2	ОК 03
Тема 2.2 Сеточные системы и композиция страницы.	Содержание		
	Принципы визуальной иерархии. Сетка 12-column. Above the fold, F-pattern. Настройка Grid в Figma.	2	ОК 03, ОК 4
	Практическое занятие № 4 «Настройка сетки 1440px/12 колонок. Компонировка zero-блока лендинга: заголовок, оффер, СТА-кнопка, изображение».	2	ОК 03, ОК 4
Раздел 3. Разработка макета лендинга			
Тема 3.1	Содержание		

Блоки лендинга и UI-элементы	Анатомия лендинга: хедер, zero, преимущества, кейсы/отзывы, форма заявки, футер. Дизайн кнопок и форм для конверсии.	2	ОК 03, ОК 04
	Практическое занятие № 5 «Разработка блоков «Преимущества» (карточки) и «Отзывы/кейсы». Дизайн формы заявки с СТА-кнопкой».	2	ОК 03, ОК 04
Тема 3.2 Адаптация под мобильные устройства.	Содержание		
	Mobile First. Breakpoints (1440/768/375px). Адаптация навигации и форм для мобильного экрана.	2	ОК 03
	Практическое занятие № 6 «Адаптация лендинга под мобильное разрешение (375px): одна колонка, упрощённая навигация.».	2	ОК 03
Раздел 4. Рекламные digital-баннеры			
Тема 4.1 Рекламные digital-баннеры	Содержание		
	Стандартные форматы баннеров (300×250, 728×90, 320×50 и др.). Принципы баннерной рекламы: читаемость за 3 секунды, единый стиль с лендингом.	2	ОК 03, ОК 05
	Практическое занятие № 7 «Разработка комплекта из 3 digital-баннеров разных форматов для рекламной кампании в едином стиле с лендингом».	2	ОК 03, ОК 05
Промежуточная аттестация		-	
Всего:		32	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрено наличие следующих специальных помещений:

- Мастерская «Реклама»;
- Специализированное компьютерное рабочее место, доска учебная, мультимедийный комплект, многофункциональное устройство.
- Компьютерный класс;

3.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд ВВГУ укомплектован печатными и электронными изданиями.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Основная литература

1. Купер, А. Интерфейс. Основы проектирования взаимодействия / А. Купер, Р. Рейман, Д. Кронин. – Санкт-Петербург: Питер, 2022. – 720 с. – Текст: электронный.
2. Figma Help Center. – URL: <https://help.figma.com/> (дата обращения: 01.06.2026). – Текст: электронный.

Дополнительная литература

1. Васильев, Г. А. Психология рекламы: учебное пособие для вузов / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2023. – 240 с. – ISBN 978-5-238-02890-3. – Текст: электронный // ЭБС Знаниум [сайт]. – URL: znanium.com
2. Огилви, Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви; перевод с английского А. Годфри. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2021. – 240 с. – ISBN 978-5-00169-234-8. – Текст: непосредственный.

Электронные ресурсы

1. AdIndex – Информационный портал о рынке рекламы и маркетинга (новости индустрии, аналитические статьи и кейсы). – URL: <https://adindex.ru>
2. Sostav.ru – Ведущее российское СМИ в области рекламы, маркетинга и PR (кейсы креативных агентств, разбор рекламных кампаний). – URL: sostav.ru
3. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) – Официальный сайт (исследования рекламного рынка, данные по объемам бюджетов). – URL: akarussia.ru

Нормативные документы

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (действующая редакция, регламентирующая требования к производству и распространению рекламы).
2. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 N 2124-1 (действующая редакция, в части размещения рекламных материалов в СМИ).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (действующая редакция, нормы охраны авторских прав на рекламный продукт).

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Умения:		
Анализировать ЦА и составлять ТЗ на лендинг; создавать Style Guide; разрабатывать адаптивный макет лендинга; готовить баннеры в едином стиле.	Самостоятельно разрабатывает лендинг (десктоп + мобайл) и комплект баннеров в едином фирменном стиле; макет консистентен и выполнен по сетке.	Защита практических работ. Анализ Figma-файла.
Знания:		
Виды сайтов в рекламной деятельности; принципы веб-типографики и цвета; сеточные системы; анатомию лендинга; форматы digital-баннеров.	Корректно применяет терминологию; объясняет назначение лендинга в рекламной кампании; называет стандартные форматы баннеров.	Устный опрос. Защита итогового макета.

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по дисциплине разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к рабочей программе дисциплины.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

ОП.14 Веб-дизайн

программы подготовки специалистов среднего звена
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине ОП.14 «Веб-дизайн» разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01, Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки России от 21.07.2023, № 552, примерной образовательной программой, рабочей программой учебной дисциплины.

Разработчик: А.А. Макаренко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии
Протокол № 9 от «20» мая 2026г.

Председатель ПЦК _____ А.А. Макаренко


подпись

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ОП.14 «Веб-дизайн».

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта (с использованием оценочного средства - устный опрос, устный опрос в форме собеседования, выполнение письменных заданий, тестирование).

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ОК 03, ОК 04, ОК 05	31	Виды сайтов и их роль в рекламной кампании: лендинг, промо-сайт, корпоративный сайт
	32	Принципы информационной архитектуры и структура ТЗ на лендинг
	33	Принципы веб-типографики; теория цвета в digital; контрастность WCAG
	34	Сеточные системы (12-column); визуальная иерархия; анатомия лендинга
	35	Стандартные форматы digital-баннеров; принципы баннерной рекламы
	36	Основы адаптивного дизайна: Mobile First, breakpoints 1440/768/375px
	У1	Анализировать целевую аудиторию и составлять ТЗ на лендинг рекламной кампании
	У2	Создавать Style Guide (типографика + цвет + сетка) для веб-проекта в Figma
	У3	Разрабатывать адаптивный макет лендинга (1440px + 375px) в едином фирменном стиле
	У4	Разрабатывать комплект digital-баннеров (3 формата) в едином стиле с лендингом

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1 Основы веб-дизайна для рекламы				
Тема 1.1 Веб-дизайн в рекламе	ОК 03, ОК 04	Классифицирует типы сайтов, объясняет их роль в рекламной кампании	Устный опрос (п. 5.1)	Собеседование
Тема 1.2 ТЗ на лендинг	ОК 03	Описывает структуру ТЗ; объясняет понятие оффера и ЦА	Устный опрос (п. 5.1)	Собеседование
Раздел 2 Визуальные основы и сетка				
Тема 2.1 Типографика и цвет	ОК 04	Объясняет принципы веб-типографики и контрастности WCAG	Устный опрос (п. 5.1)	Собеседование
Тема 2.2 Сетки и композиция	ОК 03	Описывает анатомию лендинга; объясняет принцип визуальной иерархии	Устный опрос (п. 5.1)	Собеседование
Раздел 3 Разработка макета лендинга				
Тема 3.1 Блоки	ОК 03, ОК 05	Знание видов сайтов, блоки и UI-элементы.	Устный опрос (п. 5.1)	Собеседование

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
лендинга и UI-элементы				
Тема 3.2 Адаптация под мобильные устройства.	ОК 03, ОК 04	Называет breakpoints и объясняет принцип Mobile First	Устный опрос (п. 5.1)	Собеседование
Раздел 4 Рекламные digital-баннеры				
Тема 4.1 Рекламные кампании	ОК 03	Перечисляет стандартные форматы баннеров; объясняет правило «3 секунды»	Устный опрос (п. 5.1)	Собеседование

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1 Основы веб-дизайна для рекламы				
Тема 1.1 Практическое занятие № 1	ОК 03, ОК 04	Анализирует 3 лендинга по структуре и ЦА	Защита ПР (п. 5.2)	Итоговый проект
Тема 1.2 Практическое занятие № 2	ОК 03, ОК 04	Составляет ТЗ на лендинг с описанием оффера и ЦА	Защита ПР (п. 5.2)	Итоговый проект
Раздел 2 Визуальные основы и сетка				
Тема 2.1 Практическое занятие № 3	ОК 03	Создаёт Style Guide (типографика + цвет с WCAG + Grid) в Figma	Защита ПР (п. 5.2)	Итоговый проект
Тема 2.2 Практическое задание № 4	ОК 03, ОК 05	Разрабатывает полный макет лендинга десктоп + мобайл	Защита ПР (п. 5.2)	Итоговый проект
Раздел 3 Разработка макета лендинга				
Тема 3.1 Практическое задание № 5	ОК 05	Разрабатывает полный макет лендинга десктоп + мобайл	Защита ПР (п. 5.2)	Итоговый проект
Тема 3.2 Практическое задание № 6	ОК 03, ОК 04	Разрабатывает полный макет лендинга десктоп + мобайл	Защита ПР (п. 5.2)	Итоговый проект
Раздел 4 Рекламные digital-баннеры				
Тема 4.1 Практическое задание № 7	ОК 03, ОК 05	Создаёт комплект из 3 баннеров в едином стиле с лендингом	Защита ПР (п. 5.2)	Итоговый проект

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам

учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Оценка на зачете выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: устное сообщение, доклад)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: эссе, конспект, доклад (сообщение), в том числе выполненный в форме презентации, творческое задание).

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	<i>Отлично</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Неудовлетворительно</i>
Количество правильных ответов	91 % и $\geq$	от 81% до 90,9 %	не менее 70%	менее 70%

Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене

(оценочные средства: устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, устный опрос в форме собеседования, кейс-задача).

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса)

Раздел 1. Веб-дизайн как инструмент рекламы

1. Назовите типы сайтов. Чем лендинг отличается от корпоративного сайта?
2. Какова роль лендинга в рекламной кампании? Что такое СТА и оффер?
3. Что входит в техническое задание на лендинг рекламной кампании?
4. Что такое целевая аудитория сайта? Как она влияет на дизайн-решения?

Раздел 2. Визуальные основы и сетка

5. Что такое типографическая шкала? Как она помогает структурировать контент лендинга?
6. Что такое контрастность WCAG? Почему она важна для рекламного контента?
7. Объясните принцип 12-column grid. Как настроить сетку в Figma?
8. Что такое Above the fold? Как этот принцип применяется в дизайне лендинга?
9. Что такое визуальная иерархия? Как она организуется на лендинге?

Раздел 3. Анатомия лендинга и адаптивность

10. Перечислите обязательные блоки рекламного лендинга. Зачем каждый из них нужен?
11. Что такое Mobile First? В чём его преимущества?
12. Назовите основные breakpoints. Как адаптируется навигация для мобильного устройства?
13. Какие требования к дизайну кнопки СТА на мобильных устройствах?

Раздел 4. Digital-баннеры

14. Назовите 3 стандартных формата digital-баннеров и сферу их применения.
15. Что такое правило «3 секунд» в баннерной рекламе? Как оно влияет на дизайн?
16. Почему важно соблюдать единый стиль между лендингом и баннерами?

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Задание на дифференцированный зачёт. Защита итогового Figma-проекта

Условие:

Обучающийся представляет итоговый Figma-проект – макет лендинга рекламной кампании с комплектом баннеров. Проект разрабатывается в течение всей дисциплины и является накопительным результатом всех практических работ.

Состав итогового Figma-проекта (обязательный минимум):

- ~ Страница «Style Guide»: типографика, цвет с проверкой контраста, Grid.
- ~ Страница «Desktop (1440px)»: полный макет лендинга – хедер, zero, преимущества, кейсы/отзывы, форма, футер.
- ~ Страница «Mobile (375px)»: адаптация всех блоков лендинга.
- ~ Страница «Banners»: 3 баннера в форматах 300×250, 728×90, 320×50 в едином стиле.