

**Инженерная школа одежды**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2021 г.

## Рабочая программа дисциплины

<b>ОП.10</b>	<b>Дизайн и рекламные технологии</b>
Учебный план:	22-02-1-29
Код, наименование специальности	54.02.01 Дизайн (по отраслям), Дизайн костюма
Квалификация выпускника	Дизайнер
Уровень образования:	Среднее профессиональное образование
Форма обучения:	очная

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	<b>По плану</b>	<b>42</b>	
	<b>С преподавателем</b>	<b>30</b>	
	Лекции, уроки	20	
	Практические занятия, семинары	10	
	Консультации		
	<b>Промежуточная аттестация</b>		
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>12</b>		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Дифференцированный зачет		
	Контрольная работа	6	
	Курсовой проект (работа)		

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **54.02.01 Дизайн (по отраслям)**, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от **23.11.2020 г. N 658**

Составитель(и): И.А. Пестова  
(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой  
комиссии: А.Н. Пуртова  
(Ф.И.О., подпись)

### СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,  
реализующего  
образовательную программу: А.В. Вершигора  
(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: С.А. Ястребова  
(Ф.И.О. сотрудника отдела, 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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Дизайн и рекламные технологии»

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» является вариативной частью Общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Учебная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям). Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ОК 09; ПК 1.2.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 06. ОК 09. ПК 1.2.	<p>1) Выполнять практические задания с использованием разнообразных источников вдохновения, осознавая правильность и актуальность их выбора, а также оценивать значимость и новизну результата своей деятельности.</p> <p>2) Ориентироваться в современных проблемах дизайна костюма и рекламных технологий, тенденциях их развития и перспективах.</p> <p>3) Понимать суть поставленных профессиональных задач, выбирать и на практике применять методы и способы их решения.</p> <p>4) Применять выработанные навыки принятия решений в соответствии с ситуацией, осознавать необходимость сохранения первоначального замысла, основной идеи художественного образа, нести ответственность за принятое решение.</p> <p>5) Понимать и выбирать способ поиска и анализа информации в соответствии с поставленной задачей.</p> <p>6) Использовать полученную информацию для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>7) Использовать информационно-коммуникационные технологии для сбора данных об актуальных графических приемах модной иллюстрации, о трендах.</p>	<p>1) Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи. Роль рекламы в современном обществе. Историю развития рекламы в России и за рубежом.</p> <p>2) Этапы создания бренда, формирование имидж бренда и личности.</p> <p>3) Классификацию шрифтов рекламном дизайне и их применение, виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.</p> <p>4) Основные жанры плаката, требования к разработке плаката и афиши, их назначение, историю развития плаката в России за рубежом.</p> <p>5) Назначение логотипа, его типы и функции. Назначение графического знака, его типы и функции. Назначение товарного знака, его типы и функции.</p> <p>6) Составляющие фирменного стиля, требования к его созданию и разработке.</p> <p>7) Виды и дизайн буклетов, этикетки, правила их оформления.</p> <p>8) Виды визитных карточек, их история и требования к созданию.</p> <p>9) Назначение портфолио и его составляющие, критерии оформления портфолио дизайнера.</p> <p>10) Историю модной фотографии, описание фотосессии и ее назначение, рекомендации по созданию удачной</p>

	<p>8) Ориентироваться на запросы потребителя при создании рекламного продукта, осуществляя контроль над каждым этапом реализации своей идеи.</p> <p>9) Анализировать и корректировать результаты собственной работы, обосновывать свое решение и нести ответственность за полученные результаты.</p> <p>10) Демонстрировать стремление к самопознанию, самооценке и саморазвитию, осознавая значимость повышения квалификации для дальнейшего профессионального роста.</p> <p>11) Применять новые методы и технологии, актуальные приемы в профессиональной деятельности.</p>	<p>фотосессии.</p> <p>11) Определение модного показа (дефиле), его историю, план проведения дефиле.</p>
--	---	---

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<b>Объем образовательной программы учебной дисциплины</b>	42
в том числе:	
теоретическое обучение	18
практические занятия	10
<i>Самостоятельная работа</i>	12
<b>Промежуточная аттестация</b>	2

## 2.2. Тематическое планирование 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
1	2	3	4
<b>1. Основные понятия рекламы, ее функции и задачи. История развития рекламы. Виды и средства распространения рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 09; ПК 1.2.
	1. Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии», ее связь с другими дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины	2	
	2. Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи.		
	3. Роль рекламы в современном обществе. История развития рекламы в России и за рубежом.		
	4. Классификация рекламы. Понятие коммерческой и некоммерческой рекламы.		
	5. Прямая и косвенная реклама. Спонсорство как сочетание прямой и косвенной рекламы.		
	6. Наружная и внутренняя реклама, ее виды.		
	7. «Product placement».		
8. Классификация СМИ: телевизионная реклама, реклама на радио, печатная реклама, интернет-реклама и ее виды			
<b>2. Этапы создания бренда. Имидж бренда и личности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 09; ПК 1.2.
	1. Нейминг и его основные критерии. Этапы создания имени бренда, основные правила брендинга.	1	
	2. Организация работы над созданием имиджа. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха. Имидж личности.		
	3. Задачи и цели рекламной кампании, основы построения рекламного сообщения.		
	4. Креатив в рекламе.		
	<b>Текущий контроль (тестирование, устный опрос)</b>	2	
<b>3. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция. Дизайн плаката, афиши</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 09; ПК 1.2.
	1. Классификация шрифтов. Шрифт в рекламном дизайне и его применение. Виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.	1	
	2. Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката, афиши.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	2	
	Подготовить презентацию на тему: «История развития плаката в России за рубежом. Жанры и разновидности плаката».		
<b>4. Логотип. Графический</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;
	1. Назначение логотипа. Типы логотипов.	2	

знак. Товарный знак	Требования к логотипу. Функции логотипа.		ОК 06.; ОК 09; ПК 1.2.
	2. Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака.		
	3. Назначение товарного знака. Типы товарного знака. Требования к товарному знаку. Функции товарного знака.		
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическая работа №1 Создание авторского логотипа.	4	
5. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 09; ПК 1.2.
	1. Фирменный стиль и его составляющие. Требования к созданию и разработке фирменного стиля.	2	
	2. Виды и дизайн буклетов. Правила оформления рекламных буклетов.		
	3. Виды этикетки. Требования к созданию этикетки.		
	4. Визитная карточка. История визитных карточек. Требования к созданию визитной карточки.		
	<b>Текущий контроль</b> (просмотр работ)	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
Практическая работа №2 Создание дизайна визитных карточек.	4		
6. Модное портфолио. Фотосессия	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 09; ПК 1.2.
	1. Назначение портфолио и его составляющие. Критерии оформления портфолио дизайнера.	2	
	2. История модной фотографии. Описание фотосессии и ее назначение. Позирование. Рекомендации для удачной фотосессии. Локация. «Lookbook» дизайнера.		
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>8</b>	
Разработка фотосессии и создание модного портфолио дизайнера.			
7. Модный показ как один из видов презентации	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 06.; ОК 09; ПК 1.2.
	1. Определение модного показа (дефиле). История дефиле.	2	
	2. Показ и демонстрация одежды. Движения моделей. План проведения дефиле.		
	3. Содержание и структура проведения мероприятий, конкурсов, выставок, показов, фестивалей.		
	<b>Текущий контроль</b> (письменный опрос)	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическая работа №3 Разработка концепции авторского модного показа.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
Анализ структуры модных показов известных брендов.			
<b>Промежуточная аттестация (контрольная работа)</b>		<b>2</b>	
<b>Всего:</b>		<b>42</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- лаборатория компьютерного дизайна, оснащенная оборудованием:
  - стол, стул преподавательский;
  - стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе)
  - компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2016;
  - мультимедийный проектор; экран;
  - мультимедийные средства обучения по предмету;
  - информационные стенды и шкафы для хранения;
  - УМК и информационные материалы.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

##### 3.2.1. Печатные издания

##### 3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

а) основная учебная литература

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87990.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Нартя В.И. Основы конструирования объектов дизайна / В.И. Нартя, Е.Т. Суиндигов. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 264 с. - ISBN 978-5-9729-0353-5. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/362694/reading>. - Текст: электронный.

б) дополнительная учебная литература

1. Леврик Михаэль. Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 320 с. - ISBN 978-5-4461-1000-1. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/365312/reading>. - Текст: электронный.
2. Тулупов В.В. Техника и технология медиадизайна. Книга 1: Пресса / В.В. Тулупов. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 208 с. - ISBN 978-5-7567-0926-1. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/359322/reading> - Текст: электронный.
3. Пигулевский, В. О. Искусство и дизайн: дух времени и механизм прогресса. В 2-х т. Том 2. История дизайна: механизм прогресса : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — Саратов: Вузовское образование, 2019. — 314 с. — ISBN 978-5-4487-0521-2, 978-5-4487-0519-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86443.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Майкл Джанда. Продай свое портфолио. То, чему не учат в дизайнерских школах. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 224 с. - ISBN 978-5-4461-1601-0. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/367995/reading>. - Текст: электронный.
5. Сложеникина Н.С. Основные этапы истории российского и зарубежного дизайна / Н.С. Сложеникина. - Москва : Флинта, 2019. - 362 с. - ISBN 978-5-9765-1614-4. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/344719/reading>. - Текст: электронный.
6. Тюрин П.Т. Пси-DESIGN. Введение в психологию дизайнерского творчества / П.Т. Тюрин. - Москва : Флинта, 2020. - 136 с. - ISBN 978-5-9765-4228-0. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/367138/reading>. - Текст: электронный

в) учебно-методическая литература

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102235.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей



### 3.2.3. Дополнительные источники

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» [Электронный ресурс]. URL: <http://window.edu.ru/>

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<p><i>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</i></p> <p>1) Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи. Роль рекламы в современном обществе. Историю развития рекламы в России и за рубежом.</p> <p>2) Этапы создания бренда, формирование имидж бренда и личности.</p> <p>3) Классификацию шрифтов рекламном дизайне и их применение, виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.</p> <p>4) Основные жанры плаката, требования к разработке плаката и афиши, их назначение, историю развития плаката в России за рубежом.</p> <p>5) Назначение логотипа, его типы и функции. Назначение графического знака, его типы и функции. Назначение товарного знака, его типы и функции.</p> <p>6) Составляющие фирменного стиля, требования к его созданию и разработке.</p> <p>7) Виды и дизайн буклетов, этикетки, правила их оформления.</p> <p>8) Виды визитных карточек, их история и требования к созданию.</p> <p>9) Назначение портфолио и его составляющие, критерии оформления портфолио дизайнера.</p> <p>10) Историю модной фотографии, описание фотосессии и ее назначение, рекомендации по созданию удачной фотосессии.</p> <p>11) Определение модного показа (дефиле), его историю, план проведения дефиле.</p>	<p>Оценка «отлично» - обучающийся обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в полном объеме; грамотно и логично излагает свою точку зрения по заданной тематике; выполняет правильно и грамотно все задания, ориентируется в актуальной нормативно-правовой документации; современной научной и профессиональной терминологии; знает основы компьютерной грамотности; знает правила написания и произношения слов, в т.ч. и профессиональной лексики.</p> <p>Оценка «хорошо» - обучающийся самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает несущественные ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» - обучающийся без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» - обучающийся показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов.</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической работы, тестирование, письменные и устные формы опроса;</p> <p>контрольная работа</p>
<p><i>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</i></p>	<p>Оценка «отлично» - обучающийся обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в</p>	<p>Оценка результатов выполнения практической</p>

<p>1) Выполнять практические задания с использованием разнообразных источников вдохновения, осознавая правильность и актуальность их выбора, а также оценивать значимость и новизну результата своей деятельности.</p> <p>2) Ориентироваться в современных проблемах дизайна костюма и рекламных технологий, тенденциях их развития и перспективах.</p> <p>3) Понимать суть поставленных профессиональных задач, выбирать и на практике применять методы и способы их решения.</p> <p>4) Применять выработанные навыки принятия решений в соответствии с ситуацией, осознавать необходимость сохранения первоначального замысла, основной идеи художественного образа, нести ответственность за принятое решение.</p> <p>5) Понимать и выбирать способ поиска и анализа информации в соответствии с поставленной задачей.</p> <p>6) Использовать полученную информацию для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>7) Использовать информационно-коммуникационные технологии для сбора данных об актуальных графических приемах модной иллюстрации, о трендах.</p> <p>8) Ориентироваться на запросы потребителя при создании рекламного продукта, осуществляя контроль над каждым этапом реализации своей идеи.</p> <p>9) Анализировать и корректировать результаты собственной работы, обосновывать свое решение и нести ответственность за полученные результаты.</p> <p>10) Демонстрировать стремление к самопознанию, самооценке и саморазвитию, осознавая значимость повышения квалификации для дальнейшего профессионального роста.</p> <p>11) Применять новые методы и технологии, актуальные приемы в профессиональной деятельности.</p>	<p>полном объеме; грамотно и логично излагает свою точку зрения по заданной тематике; выполняет правильно и грамотно все задания, ориентируется в актуальной нормативно-правовой документации; современной научной и профессиональной терминологии; знает основы компьютерной грамотности; знает правила написания и произношения слов, в т.ч. и профессиональной лексики.</p> <p>Оценка «хорошо» - обучающийся самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает несущественные ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» - обучающийся без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» - обучающийся показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов.</p>	<p>работы, тестирование, письменные и устные формы опроса; контрольная работа</p>
--	---	---