

**Инженерная школа одежды**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2021 г.

## Рабочая программа дисциплины

**ОП.10**

**Дизайн и рекламные технологии**

Учебный план: \_\_\_\_\_ 22-02-1-38 \_\_\_\_\_

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              | 8              |                  |
|   | 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.<br>ОК 02.<br>ОК 03.<br>ОК 04.<br>ОК 06.<br>ОК 09.<br>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.;<br>ОК 02.;<br>ОК 03.;<br>ОК 04.;<br>ОК 06.;<br>ОК 09;<br>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.;<br>ОК 02.;<br>ОК 03.;<br>ОК 04.;<br>ОК 06.;<br>ОК 09;<br>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>   | <b>2</b>   |               |  |
| <b>3. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция. Дизайн плаката, афиши</b>                          | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>3</b>      | ОК 01.;<br>ОК 02.;<br>ОК 03.;<br>ОК 04.;<br>ОК 06.;<br>ОК 09;<br>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 знак. Товарный</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>6</b>      | ОК 01.;<br>ОК 02.;<br>ОК 03.;  |
|  | 1. Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа.   | 2             |  |

|   |   |           |  |
|---|---|-----------|--|
| <b>знак</b>   | 2. Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака.                             |           | ОК 04.;<br>ОК 06.;<br>ОК 09;<br>ПК 1.2.                                  |
|   | 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<br>Создание авторского логотипа.   | 4         |  |
| <b>5. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка.</b> | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>8</b>  | ОК 01.;<br>ОК 02.;<br>ОК 03.;<br>ОК 04.;<br>ОК 06.;<br>ОК 09;<br>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>В том числе, практических занятий</b>  | <b>4</b>  |  |
|   | Практическая работа №2<br>Создание дизайна визитных карточек.   | 4         |  |
| <b>Текущий контроль (просмотр работ)</b>                        | <b>2</b>  |           |  |
| <b>6. Модное портфолио. Фотосессия</b>                          | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>10</b> | ОК 01.;<br>ОК 02.;<br>ОК 03.;<br>ОК 04.;<br>ОК 06.;<br>ОК 09;<br>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><br>Разработка фотосессии и создание модного портфолио дизайнера.  | <b>8</b>  |  |
| <b>7. Модный показ как один из видов презентации</b>            | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>8</b>  | ОК 01.;<br>ОК 02.;<br>ОК 03.;<br>ОК 04.;<br>ОК 06.;<br>ОК 09;<br>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>В том числе, практических занятий</b>  | <b>2</b>  |  |
|   | Практическая работа №3<br>Разработка концепции авторского модного показа.   | 2         |  |
|   | <b>Самостоятельная работа обучающихся</b><br>Анализ структуры модных показов известных брендов.   | <b>2</b>  |  |
| <b>Текущий контроль (письменный опрос)</b>                      | <b>2</b>  |           |  |
| <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> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи. Роль рекламы в современном обществе. Историю развития рекламы в России и за рубежом.</li><li>2) Этапы создания бренда, формирование имидж бренда и личности.</li><li>3) Классификацию шрифтов рекламном дизайне и их применение, виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.</li><li>4) Основные жанры плаката, требования к разработке плаката и афиши, их назначение, историю развития плаката в России за рубежом.</li><li>5) Назначение логотипа, его типы и функции. Назначение графического знака, его типы и функции. Назначение товарного знака, его типы и функции.</li><li>6) Составляющие фирменного стиля, требования к его созданию и разработке.</li><li>7) Виды и дизайн буклетов, этикетки, правила их оформления.</li><li>8) Виды визитных карточек, их история и требования к созданию.</li><li>9) Назначение портфолио и его составляющие, критерии оформления портфолио дизайнера.</li><li>10) Историю модной фотографии, описание фотосессии и ее назначение, рекомендации по созданию удачной фотосессии.</li><li>11) Определение модного показа (дефиле), его историю, план проведения дефиле.</li></ol> | <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> <ol style="list-style-type: none"><li>1) Выполнять практические задания с</li></ol>  | <p>Оценка «отлично» - обучающийся обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в полном</p>   | <p>Оценка результатов выполнения практической работы,</p>   |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>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>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>тестирование, письменные и устные формы опроса; контрольная работа</p> |
|--|--|---|