

**Колледж технологии, моделирования и управления**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«29» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2021 г.

## Рабочая программа дисциплины

ОП.11

Дизайн и рекламные технологии

Учебный план: \_\_\_\_\_ 21-02/1/16 \_\_\_\_\_

Код, наименование специальности 54.02.01 «Дизайн» (по отраслям): Дизайн пространственной среды, Веб - дизайн, Промышленная графика

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>98</b>	
	<b>С преподавателем</b>	<b>86</b>	
	Лекции, уроки	56	
	Практические занятия, семинары	28	
	Консультации	2	
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>6</b>	
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>6</b>		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	7	
	Зачет	-	
	Контрольная работа	-	
	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 просвещения Российской Федерации от **23.11.2020 г. № 658**

Составитель(и): Преподаватель Прокопцева К.М.  
(Ф.И.О., подпись)

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

## СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,  
реализующего  
образовательную программу: Корабельникова М.А.  
(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.  
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	10

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## ОП.11 «Дизайн и рекламные технологии»

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

Учебная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» является вариативной частью профессионального учебного 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 01-07; 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	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план;	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
ОК 02	структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска	приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации
ОК 03	применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования	современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 04	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	основы проектной деятельности
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	описывать значимость своей специальности;	значимость профессиональной деятельности по специальности;
ОК 07	определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности	основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения
ОК 09	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности
ПК 1.2	проводить предпроектный анализ; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; создавать целостную композицию на плоскости, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации	системное представление о функциях, методах и изобразительном языке рекламы; законы создания колористики; закономерности построения художественной формы и особенности

	и трансформации для создания новых форм; создавать цветное единство в композиции по законам колористики; проводить работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования; владеть основными принципами, методами и приемами работы над дизайн-проектом.	ее восприятия; законы формообразования; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); принципы и методы эргономики.
--	--	--

## 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	98
в том числе:	
теоретическое обучение	56
практические занятия	28
консультации	2
<i>Самостоятельная работа</i>	6
Промежуточная аттестация - экзамен	6

### 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
1	2	3	4
Тема 1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания.	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>Тема 1. Современные маркетинговые коммуникации. Определение целей и задач курса. Понятийно - терминологический аппарат. Понятие и основные особенности современных маркетинговых коммуникаций. Базовые</p>	22	ОК 01 ОК 02 ОК 03

	методы офлайн-коммуникаций: наружная реклама, ambient media, печатная реклама, сувенирная реклама, реклама в местах продаж POS-материалы. Базовые методы онлайн-коммуникаций: медийная реклама, технологии продвижения web-сайта. SMM-маркетинг, e-mail рассылки, современные системы взаимодействия с аудиторией.		
	<b>Содержание учебного материала</b>		
	<b>Тема 1.2. Коммуникационная кампания: основные этапы.</b> Форматы программ продвижения: рекламная компания, рекламная акция, флешмоб. Основные этапы маркетинговой коммуникационной кампании. Цели и задачи коммуникационной кампании. Исследования в рекламе: количественные и качественные исследования. Опрос, наблюдение, фокус-группа, глубинное интервью, эксперимент, проекционные методики. Основные подходы к описанию целевой аудитории. <b>Текущий контроль</b> – письменный опрос	28	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	8	
	<b>Практическая работа № 1</b> Постановка цели и определение задачи коммуникационной кампании.	4	
	<b>Практическая работа № 2</b> Планирование коммуникационной кампании. Определение целевой аудитории. <b>Текущий контроль</b> – устный опрос по практической работе.	4	
<b>Тема №.2 Креативная концепция коммуникационной кампании.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		OK 04 OK 05 OK 06 OK 07 OK 09 ПК 1.2
	<b>Тема 2. Креативная концепция коммуникационной кампании.</b> Маркетинговая, медийная и креативная концепции коммуникационной кампании. Креативная концепция коммуникационной кампании как основа её эффективности. Проблемы визуализации коммуникативного сообщения. Основные приёмы формирования визуального образа: синонимия, антонимия, символизация, гиперболизация. Визуальная метафора.	42	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	20	
	<b>Практическая работа №3.</b> Разработка креативной концепции коммуникационной кампании. Визуализация: приёмы. Разработка рекламной концепции и подбор рекламных носителей.	6	
	<b>Практическая работа №4.</b> Разработка визуально-графического сопровождения к коммуникационной кампании. Разработка коммуникативного сообщения для целевой аудитории.	4	
	<b>Практическая работа №5.</b> Разработка слогана. Разработка визуальной креативной идеи и медиастратегии. <b>Текущий контроль</b> – устный опрос по практической работе.	4	
	<b>Практическая работа №6.</b> Разработка фирменного стиля коммуникационной компании. Разработка цветового решение.	6	
	<b>Практическая работа №7</b> Разработка шрифтового решения. Разработка фирменного паттерна.	6	
	<b>Практическая работа №8</b> Создание презентации проекта.	4	

	<b>Практическая работа №9</b> Итоговое согласование визуальной подачи проекта. Подготовка презентации проекта к сдаче.	4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подготовка сообщений, отрисовка фирменного паттерна, подготовка презентаций	6	
	<b>Консультация</b>	2	
<b>Промежуточная аттестация - экзамен</b>		6	
<b>Всего:</b>		98	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

1. Стандартно оборудованный кабинет дизайна
2. Видеопроектор с экраном
3. Персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016
4. Точка подключения к сети Интернет.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

##### **3.2.1. Печатные издания**

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

а) основная учебная литература

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие / Овчинникова Р.Ю.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама / Курушин В.Д.. — 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

в) учебно-методическая литература

1. Туголукова Е.Н. Организация и сопровождение рекламных кампаний [Электронный ресурс]: учебное пособие / Туголукова Е.Н. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 80 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2019115](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019115), по паролю.

2. Кузнецова М.Р. Техника графики и принципы современного дизайна. Техники графики мягкими материалами. Техника линейной графики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Кузнецова М.Р. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 0 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2019223](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019223), по паролю.

3. Промышленная графика в профессиональной среде. Практические работы [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Кудряшова Е. С. — СПб.: СПбГУПТД, 2020.— 17 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2020312](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020312), по паролю.

##### **3.2.3. Дополнительные источники**

1. <http://school-collection.edu.ru/> - федеральное хранилище Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов
2. <http://www.edu.ru/> - федеральный портал Российское образование
3. <https://www.behance.net> – платформа для демонстрации работ иллюстраторов, дизайнеров, фотографов, социальная сеть креативных профессионалов.
4. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru) – статьи, аналитика о рекламе.
5. <https://www.sostav.ru> – портал о рекламе, примеры креативной рекламы
6. <https://1soc.ru> – сайт о социальной рекламе в России
7. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online». – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<p><b>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</b></p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования основы проектной деятельности особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений значимость профессиональной деятельности по специальности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения</p> <p>современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности</p> <p>системное представление о функциях, методах и изобразительном языке рекламы; законы создания колористики; закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия; законы формообразования; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующие методы</p>	<p>Уверенно ориентируется в функциях, методах и изобразительном языке рекламы; законах создания колористики; закономерностях построения художественной формы и особенности ее восприятия; законах формообразования; систематизирующих методах формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующих методах формообразования (стилизация и трансформация); принципах и методах эргономики; грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике; понимает и правильно применяет при выполнении творческих заданий различное программное обеспечение, средства информатизации; понимает закономерности построения художественной формы; законы формообразования; использует систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику)</p>	<p>Письменный и устный опрос по теме современных маркетинговых коммуникаций Наблюдение за выполнением практического задания (деятельностью студента) Оценка выполнения практического задания(работы)</p>

<p>формообразования (стилизацию и трансформацию); принципы и методы эргономики.</p>		
<p><b>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</b></p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе описывать значимость своей специальности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение проводить предпроектный анализ; выполнять эскизы в соответствии с тематикой</p>	<p>Уверенно применяет знания на практике при проведении предпроектного анализа; осуществляет постановку цели и определяет задачи коммуникационной кампании выполняет эскизы в соответствии с тематикой проекта; создает целостную композицию на плоскости, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создает цветовое единство в композиции по законам колористики; проводит работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполняет необходимые предпроектные исследования; владеет основными принципами, методами и приемами работы над дизайн-проектом</p>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Оценка результатов выполнения практической работы, соответствия техническому заданию и скорости выполнения работ</p>

<p>проекта; создавать целостную композицию на плоскости, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создавать цветное единство в композиции по законам колористики; проводить работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования; владеть основными принципами, методами и приемами работы над дизайн-проектом.</p>		
--	--	--