

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2022 г.

## Рабочая программа дисциплины

<b>ОП.14</b>	<b>Проектирование рекламного продукта</b>
Учебный план:	21-02/1/16 ПГ
Код, наименование специальности	54.02.01 «Дизайн» (по отраслям), 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>44</b>	
	<b>С преподавателем</b>	<b>42</b>	
	Лекции, уроки	30	
	Практические занятия, семинары	12	
	Консультации		
	<b>Промежуточная аттестация</b>		
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>2</b>		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет	5	
	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)**, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от **23.11.2020 г. № 658**

Составитель(и): Красильникова М.В.

*(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 «Проектирование рекламного продукта»	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Проектирование рекламного продукта»

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

Учебная дисциплина «Проектирование рекламного продукта» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), Промышленная графика.

Учебная дисциплина «Проектирование рекламного продукта» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), Веб-дизайн. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3.

## 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; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3	Ориентироваться в теории, истории и основных этапах развития дизайна в рекламе. Разбираться в особенностях и актуальных тенденциях рекламных технологий в дизайне, в том числе дизайна экранных продуктов, обладать навыками их применения. Уметь применять на практике приемы визуального рекламного дизайна с учетом психологических аспектов восприятия аудиторией.	История, типология, основные вехи в развитии дизайна как визуальной части рекламных технологий, история эволюции и развития графического дизайна в рекламе. Понятие рекламного продукта, история различных видов рекламных продуктов. Особенности графического дизайна различных видов рекламных продуктов, в зависимости от их применения и восприятия. Основные законы композиции применительно к специфике рекламных продуктов. Принцип обобщения и образного решения в рекламном дизайне.
ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3	Ориентироваться в видах и специфике рекламных продуктов на примере рекламного модуля и рекламного баннера в веб-дизайне.	Рекламный модуль и рекламный баннер в веб-дизайне: особенности работы с макетом. Организация композиционного пространства макета: доминанта, фокальные точки, принципы контраста, динамика и статика в дизайне.
ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3	Освоить особенности работы с нестандартными креативными формами в дизайне рекламных продуктов на примере буклета.	Разработка нестандартных креативных форм в дизайне рекламного продукта, приемы работы с объемными элементами. Приемы стилизации и трансформации, основные стили в дизайне экранных продуктов и в графическом дизайне.
ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3	Навыки работы с формами современного искусства как с разновидностью рекламных продуктов в дизайне на примере разработки арт-объекта в качестве рекламного носителя.	Современное искусство, реклама и дизайн: точки соприкосновения, общие приемы и технологии. Понятие концепции как определяющее в современном искусстве и дизайне. Основные виды, критерии и формы арт-объектов, их применение в виде рекламных носителей, особенности разработки, оформления и дизайна.

ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3	Навыки по самостоятельной публичной защите творческого проекта	Условия и особенности подготовки и проведения защиты выполненного творческого проекта
---	--	---

## 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>	44
в том числе:	
лекции	28
практические занятия	12
<i>Самостоятельная работа</i>	2
<b>Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет (Защита итоговой творческой работы, тестирование)</b>	2

## 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, формирование которых способствует элемент программы
<b>Тема 1.</b> <b>Понятие рекламного продукта и особенности дизайна рекламных продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3
	а) Введение. Понятие рекламного продукта и рекламного обращения. Виды и типа рекламных продуктов. б) История рекламы и рекламных продуктов. в) Особенности графического дизайна различных видов рекламных продуктов, в зависимости от их применения и восприятия. Приемы образного обобщения	8	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическая работа №1 «Создание макета постера как рекламного продукта, с раскрытием абстрактного образа средствами графического дизайна»	2	
<b>Тема № 2.</b> <b>Виды и специфика оформления рекламных продуктов в веб-дизайне</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3
	а) Организация композиционного пространства макета: доминанта, фокальные точки, принципы контраста, динамика и статика. Применение этих приемов в дизайне с рекламными целями. б) Рекламный модуль и рекламный баннер в веб-дизайне: особенности работы с макетом рекламного экранного продукта.	6	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическая работа №2 «Разработка макета рекламного модуля для размещения в сети Интернет»	2	
	Практическая работа №3 «Разработка макета рекламного баннера для размещения в сети Интернет»	2	
<b>Тема № 3.</b> <b>Нестандартные и креативные формы в дизайне рекламных продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3
	а) Креативность в рекламе: применение в дизайне рекламных продуктов. Нестандартные формы в дизайне рекламного продукта. б) Нестандартные элементы в традиционных рекламных продуктах. Объемные элементы в рекламе. Разновидности и особенности работы. в) Стилизация и трансформация в рекламном дизайне, дизайне экранных продуктов и в графическом дизайне. Изобразительные и дизайнерские приемы.	8	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
<b>Тема № 4.</b> <b>Использование форм современного искусства как разновидность рекламных продуктов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	ОК 01; ОК 02; ОК 03; ОК 04; ОК 06; ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3
	а) Понятие концепции как определяющее в современном искусстве и дизайне. Современное искусство, реклама и дизайн: точки соприкосновения, общие приемы и технологии. Арт-объект как форма искусства или носитель сообщения. б) Основные виды и формы арт-объектов, их применение в виде рекламных продуктов, особенности разработки и	6	

	оформления. Специфика дизайна для объектов наружного размещения.		
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическая работа №5 «Разработка и создание макета арт-объекта на заданную тему в качестве носителя рекламного сообщения»	4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подготовка материала и выполнение самостоятельных предварительных макетов в материале для разработки арт-объекта как рекламного продукта	<b>2</b>	
<b>Промежуточная аттестация – Дифференцированный зачет (защита творческой работы, тестирование)</b>		<b>2</b>	
<b>Всего:</b>		<b>44</b>	

### 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 ПО: Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016; Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign.

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

##### **3.2.1. Печатные издания**

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 502 с.
2. Стивен, Хеллер Анатомия дизайна. Скрытые источники современного графического дизайна / Хеллер Стивен. – М.: ИЗДАТЕЛЬСТВО "АСТ", 2017. – 104 с.
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 431 с.
4. Луптон, Эллен Графический дизайн от идеи до воплощения / Эллен Луптон. – М.: Питер, 2018. – 245 с..
5. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 2-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 322 с.
6. Лаврентьев А. Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика. – М.: Юрайт, 2020. – 209 с.

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

а) основная учебная литература

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75200.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99228.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Леборг К. Графический дизайн. Visual Grammar / К. Леборг. - Санкт-Петербург: Питер, 2017. - 96 с. - ISBN 978-5-496-01642-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/363744/reading>
2. Лаврентьев М. Дизайн в пространстве культуры: От арт-объекта до эклектики / М. Лаврентьев. - Москва: Альпина, 2018. - 152 с. - ISBN 978-5-9614-6566-2. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/375553/reading>
3. Луптон Э. Графический дизайн. Базовые концепции / Э. Луптон. - Санкт-Петербург: Питер, 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-496-01810-4. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/363748/reading>

в) учебно-методическая литература

1. Проектирование рекламного продукта. Выполнение практических работ [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Кудряшова Е. С. — СПб.: СПбГУПТД, 2018.— 23 с.— Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_ext\\_inf\\_publish.php?id=2018161](http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2018161), по паролю.

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

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>знать</b>:</p> <p>История, типология, основные вехи в развитии дизайна как визуальной части рекламных технологий, история эволюции и развития графического дизайна в рекламе. Понятие рекламного продукта, история различных видов рекламных продуктов. Особенности графического дизайна различных видов рекламных продуктов, в зависимости от их применения и восприятия. Основные законы композиции применительно к специфике рекламных продуктов. Принцип обобщения и образного решения в рекламном дизайне. Рекламный модуль и рекламный баннер в веб-дизайне: особенности работы с макетом. Организация композиционного пространства макета: доминанта, фокальные точки, принципы контраста, динамика и статика в дизайне. Разработка нестандартных креативных форм в дизайне рекламного продукта, приемы работы с объемными элементами. Приемы стилизации и трансформации, основные стили в дизайне экранных продуктов и в графическом дизайне. Современное искусство, реклама и дизайн: точки соприкосновения, общие приемы и технологии.</p>	<p>Обучающийся ориентируется в теоретическом и практическом аспектах дизайна рекламных продуктов, уметь применять на практике основные приемы композиции и образного обобщения в рекламном дизайне.</p> <p>Уверенно владеет навыками разработки дизайна рекламных макетов для рекламных носителей, понимает специфику приемов этого направления в дизайне и умеет применять полученные знания в практической работе</p>	<p>Теоретический тест</p> <p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Оценка результатов выполнения практической работы:</p> <p>Экспертное наблюдение за ходом защиты проекта.</p> <p>Оценка проекта с точки зрения профессиональных компетенций</p>



<p>Понятие концепции как определяющее в современном искусстве и дизайне. Основные виды, критерии и формы арт-объектов, их применение в виде рекламных носителей, особенности разработки, оформления и дизайна. Условия и особенности подготовки и проведения защиты выполненного творческого проекта</p>		
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь:</b></p> <p>Ориентироваться в теории, истории и основных этапах развития дизайна в рекламе. Разбираться в особенностях и актуальных тенденциях рекламных технологий в дизайне, в том числе дизайна экранных продуктов, обладать навыками их применения. Применять на практике приемы визуального рекламного дизайна с учетом психологических аспектов восприятия аудиторией. Ориентироваться в видах и специфике рекламных продуктов на примере рекламного модуля и рекламного баннера в веб-дизайне. Использовать особенности работы с нестандартными креативными формами в дизайне рекламных продуктов на примере буклета. Применять навыки работы с формами современного искусства как с разновидностью рекламных продуктов в дизайне на примере разработки арт-объекта в качестве рекламного носителя.</p> <p>Использовать навыки по самостоятельной публичной защите творческого проекта</p>	<p>Уверенно применяет на практике различные приемы разработки нестандартных форм рекламных продуктов, включая объемные формы, обладает способностями находить новые решения и создавать необычные по дизайну макеты рекламных продуктов.</p> <p>Освоил практические навыки работы с различными формами современного искусства при создании арт-объекта как рекламного носителя.</p> <p>Уверенно и на базовом профессиональном уровне проводит защиту своего творческого проекта</p>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Оценка результатов выполнения практической работы:</p> <p>Экспертная оценка выполнения творческого задания</p> <p>Оценка выполнения макета арт-объекта на заданную тему в качестве рекламного носителя.</p> <p>Экспертное наблюдение за ходом защиты проекта.</p> <p>Оценка проекта с точки зрения профессиональных компетенций</p>