

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.03

(Индекс дисциплины)

История экранных искусств

(Наименование дисциплины)

Учебный план: 24-02/1/8

Код, наименование
специальности 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника Специалист по рекламе

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)	Трудоемкость учебной дисциплины	110	
	Из них аудиторной нагрузки	94	
	Лекции, уроки	48	
	Практические занятия, семинары	34	
	Консультации	12	
	Промежуточная аттестация (экзамен)	6	
	Курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа	10		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	3	
	Зачет		
	Контрольная работа	2	
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённым приказом Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): преподаватели Шалякина Г.Л., Старк М.В.
(должность, Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой
комиссии СД 04:

Понарина Е.А.

(Ф.И.О. председателя, 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
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 «ОП.03 История экранных искусств»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «История экранных искусств» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК.2.2, ПК 3.2, ПК 3.3

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 05 ОК 06 ОК 09	определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; 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	основы истории рекламы, различные источники поиска информации, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; основы предпринимательской деятельности; основы правовой и финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации, психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности, правила оформления документов и построения устных сообщений, правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;
ПК 1.4 ПК 2.2 ПК 3.2 ПК 3.3	создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий создавать инсайты, ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях	современные технологии и тенденции в области рекламы, терминологию, иметь визуальный опыт-насмотренность. виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. 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
Введение	Содержание учебного материала Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов насмотренности и профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
Раздел 1. Эволюция рекламы		32	
Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века	Содержание учебного материала Зарождение и становление европейских традиций в рекламном деле. Реклама в древней Греции и древнем Риме. Реклама в торговле и ремесленном производстве европейского Средневековья. "Крики" средневекового города, устная реклама Нового времени. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века. Летучие листки, афиши. Печатные издания 17-19 веков, их основатели, и рекламные объявления. Рекламные агентства. Плакат конец 19 начала 20х веков. Афиша и плакат модерна в европейской рекламе	10	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	В том числе, практических занятий	6	
	Практическое занятие № 1 Афиша и плакат в средневековой Европе	2	
	Практическое занятие № 2 Анализ афиш второй половины 19 века Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	2	
		4	
		2	
Тема 1.2. Реклама императорской России	Содержание учебного материала Народная реклама в России: балаган, раешник, лубок. Торговая реклама в России 18-19 вв. Коммерческая реклама в России в 19 веке. Реклама в СМИ в конце к 19-начале 20вв Художественный кинематограф в дореволюционной России	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05
	В том числе, практических занятий	2	
	Практическое занятие № 3 Геральдические знаки – история семьи Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	2	
		2	

Тема 1.3. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	Содержание учебного материала	6	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3
	Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации Реклама товаров народного потребления.	2	
	Агитационная реклама Стилистические решения. Кинематограф в России и за рубежом	2	
	В том числе, практических занятий	2	
	Практическое занятие № 4 Жанры игрового (художественного) кино Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	2	
Тема 1.4. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	Содержание учебного материала	8	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3
	Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов. Первая телевизионная реклама (реклама часов-США в 1941, реклама кукурузы - СССР, 1964г)	2	
	Деятельность «Союзторгреклама» 1966 при Министре торговли СССР. Создатели, разбор примеров.	2	
	В том числе, практических занятий	4	
	Практическое занятие № 5 Анализ примеров различных видов печатной рекламы 50-80-х годов Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	2	
	Практическое занятие № 6 Анализ примеров различных видов телевизионной рекламы 50-80х годов Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	2	
Тема 1.5. Реклама 90х-2000х	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3
	Реклама 90х-2000х Печатная реклама. Кинематограф в России 90-х, прибыльная мультипликация. Развитие мирового анимационного кинематографа Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама. Интернет реклама: первая интернет реклама 94г, эпоха баннерной рекламы	2	
	В том числе, практических занятий	2	
	Практическое занятие № 7 Анализ отечественного телевизионного кино 90-х-2000х	2	
Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к контрольной работе		2	
Консультации		2	
Промежуточная аттестация (практическая контрольная работа)		2	
Всего в семестре		40	
Раздел 2. Современная реклама		46	
Тема 2.1. Современные направления в рекламе	Содержание учебного материала	12	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09,
	Современные направления в рекламе. Телевидение в системе экранных искусств.	2	
	Видео в системе экранных искусств. Интернет в системе экранных искусств.	2	
	Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контент-маркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет,	4	

	Ретаргет, Контекст. В том числе, практических занятий	4	ПК 1.4, ПК.2.2, ПК 3.2, ПК 3.3
	Практическое занятие № 8 Разработка рекламного видеоролика на заданную тему Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	4	
2.2 Ведущие рекламные агентства и их работы	Содержание учебного материала	8	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК.2.2, ПК 3.2, ПК 3.3
	Ведущие рекламные агентства и их работы. GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate,	2	
	Группа АДВ, Public Totem, Mediascope,	2	
	Студия Артемия Лебедева и т.д.	2	
	В том числе, практических занятий	2	
	Практическое занятие № 9 Обзор работ ведущих рекламных агентств Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	2	
Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе	Содержание учебного материала	14	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК.2.2, ПК 3.2, ПК 3.3
	Креативные методы, используемые в современной рекламе. Гипербола, литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора	6	
	демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, Метаморфоза . т.д.	4	
	В том числе, практических занятий	4	
	Практическое занятие № 10 Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы. Текущий контроль – оценка результатов выполнения практической работы	4	
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	Содержание учебного материала	12	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК.2.2, ПК 3.2, ПК 3.3
	Инсайт и ключевой рекламный образ Определения, разбор примеров, приемы разработки.	2	
	Потребительский инсайт. Правила создания инсайта	4	
	В том числе, практических занятий	6	
	Практическое занятие № 9: Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы.	6	
Самостоятельная работа обучающихся: подготовка к практическим работам, экзамену	8		
Консультации	10		
Промежуточная аттестация - экзамен	6		
	Всего в семестре	70	
	Всего	110	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Кабинет «Истории искусств»

стол, стул преподавателя;

стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе);

доска;

компьютер с лицензионным Программным обеспечением: Microsoft Windows 10 Pro; Office

Standart 2016 ;

многофункциональное устройство HP (МФУ HP); проектор; экран;

шкафы, тумбы;

наглядные пособия;

раздаточные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Печатные издания

1.Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 223

2.Кузвесо́ва, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесо́ва. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.

3.Кузвесо́ва, Н. Л. История дизай́на: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесо́ва. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. —

4.Цифровые технологии в дизай́не. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. —

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

а) основная учебная литература

1. Елифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / А. Г. Елифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123351.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — Саратов : Профобразование, 2020. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-0942-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99910.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

б) дополнительная учебная литература

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>

2.Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : монография / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.

3. Кардинская С. В. (ответственный) Реклама и связи с общественностью. Коммуникации и технологии [Электронный ресурс]: сборник трудов / Кардинская С. В. (ответственный) — СПб.: СПбГУПТД, 2020.— 206 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209407, по паролю.

4. Щербаков С. Таргетированная реклама. Точно в яблочко / С. Щербаков. - Санкт-Петербург : Питер, 2022. - 352 с. - ISBN 978-5-4461-0484-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/356945/reading> - Текст: электронный.

5. Северюхин Д. Я. История печатно-графического искусства [Электронный ресурс]: учебное пособие / Северюхин Д. Я. — СПб.: СПбГУПТД, 2020.— 120 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20209397, по паролю.

в) учебно-методическая литература

1. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95594.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Связи с общественностью. Организация и сопровождение пиар-кампании [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Туголукова Е. Н. — СПб.: СПбГУПТД, 2020.— 31 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020315, по паролю.

3.2.3. Дополнительные электронные источники

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<i>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</i> основы истории рекламы, различные источники поиска информации, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; основы предпринимательской деятельности; основы правовой и финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации, психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности, правила оформления документов и построения устных сообщений, правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; современные технологии и тенденции в области рекламы, терминологию, иметь визуальный опыт-насмотренность. виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; виды и инструменты маркетинговых коммуникаций	- грамотно использует возможности интернет-ресурсов -применяет знание исторических стилей при разработке визуальных решений - применяет приемы в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - успешно использует технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам. - правильно аргументирует выбранное решение	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы Просмотр выполненных работ Контрольная работа Экзамен
<i>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</i> определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе	- подбирает и применяет оригинальные визуальные и текстовые элементы на основе поставленных задач. - успешно осуществляет поиск и подбор	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы Просмотр выполненных работ

<p> профессиональной деятельности грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; создавать инсайты, ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях </p>	<p> оригинального нейма и слогана. </p>	<p> Контрольная работа Экзамен </p>
--	---	--