

ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ОДЕЖДЫ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.08

Дизайн и рекламные технологии

Учебный план: 24-02-1-38 ДК

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)	По плану	38	
	С преподавателем	36	
	Лекции, уроки	36	
	Практические занятия, семинары		
	Консультации		
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа	2		
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 Минпросвещения России от **05.05.2022 N 308 (ред. от 03.07.2024)**

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

Председатель цикловой
комиссии: Семенова Т.В.
(Ф.И.О., подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,
реализующего
образовательную программу: Вершигора А.В.
(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 08 «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; 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. ПК 1.2. ПК 1.3	<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) Ориентироваться на запросы потребителя при создании рекламного продукта, осуществляя контроль над каждым этапом реализации своей идеи.</p> <p>7) Анализировать и корректировать результаты собственной работы, обосновывать свое решение и нести ответственность за полученные результаты.</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>

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
1. Основные понятия рекламы, ее функции и задачи. История развития рекламы. Виды и средства распространения рекламы	Содержание учебного материала	2	ОК 01
	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			
2. Этапы создания бренда. Имидж бренда и личности	Содержание учебного материала	6	ОК 01.; ПК 1.2.
	1. Нейминг и его основные критерии. Этапы создания имени бренда, основные правила брендинга.	2	
	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.	2	
	4. Креатив в рекламе.		
Текущий контроль (тестирование, устный опрос)	2		
3. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция. Дизайн плаката, афиши	Содержание учебного материала	4	ОК 01.; ПК 1.2., ПК 1.3
	1. Классификация шрифтов. Шрифт в рекламном дизайне и его применение. Виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.	2	
	2. Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката, афиши.		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «История развития плаката в России за рубежом. Жанры и разновидности плаката».	2	
4. Логотип.	Содержание учебного материала	4	ОК 01.; ПК 1.2.,

Графический знак. Товарный знак	1. Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа.	2	ПК 1.3
	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.	2	
5. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка.	Содержание учебного материала	8	ОК 01.; ПК 1.2., ПК 1.3
	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.	2	
	4. Визитная карточка. История визитных карточек. Требования к созданию визитной карточки.	2	
	Текущий контроль (просмотр работ)	2	
6. Модное портфолио. Фотосессия	Содержание учебного материала	4	ОК 01.; ПК 1.2., ПК 1.3.
	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.	2	
7. Модный показ как один из видов презентации	Содержание учебного материала	8	ОК 01.; ПК 1.2., ПК 1.3
	1. Определение модного показа (дефиле). История дефиле.	2	
	2. Показ и демонстрация одежды. Движения моделей. План проведения дефиле.	2	
	3. Содержание и структура проведения мероприятий, конкурсов, выставок, показов, фестивалей.	2	
	Текущий контроль (письменный опрос)	2	
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		2	
Всего:		38	

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. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534823>

2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557702>

3. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139608.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 3-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145906.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. 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.

3. 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.

4. 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

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

2. Курушин В. Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель. — 2-е изд., эл. / В.Д. Курушин. - Москва : ДМК Пресс, 2023. - 272 с. - ISBN 978-5-89818-617-3. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/392315/reading> - Текст: электронный.

3.2.3. Дополнительные 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
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</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>Тестирование, письменные и устные формы опроса;</p> <p>Промежуточная аттестация - контрольная работа</p>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <p>1) Выполнять практические задания с</p>	<p>Оценка «отлично» - обучающийся обладает глубокими, обобщенными, системными знаниями учебного материала в полном объеме; грамотно и логично</p>	<p>Тестирование, письменные и устные формы</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) Ориентироваться на запросы потребителя при создании рекламного продукта, осуществляя контроль над каждым этапом реализации своей идеи.</p> <p>7) Анализировать и корректировать результаты собственной работы, обосновывать свое решение и нести ответственность за полученные результаты.</p>	<p>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>опроса;</p> <p>контрольная работа</p>
--	---	--