

ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ОДЕЖДЫ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.08

Основы рекламной деятельности

Учебный план: 24-02-1-33

Код, наименование
специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), Рекламная графика

Квалификация выпускника Дизайнер

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Заочное обучение
Виды учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Трудоемкость учебной дисциплины	70	
	Из них аудиторной нагрузки	70	
	Лекции, уроки	70	
	Практические занятия		
	Консультации		
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа			
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет	5	
	Контрольная работа	4	
	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): А.Г. Сомова
(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой
комиссии: А.А. Васильева
(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

ОП.08 «Основы рекламной деятельности»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Основы рекламной деятельности» является вариативной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Учебная дисциплина «Основы рекламной деятельности» 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.; 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	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Современные тенденции в области дизайна; теоретические основы композиционного построения в графическом и объёмно-пространственном дизайне; основные понятия рекламы. Ее функции и задачи. Роль рекламы в современном обществе. Историю развития рекламы в России и за рубежом; этапы создания бренда, формирование имидж бренда и личности; классификацию шрифтов рекламном дизайне и их применение, виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением; основные жанры плаката, требования к разработке плаката и афиши, их назначение, историю развития плаката в России за рубежом; назначение логотипа, его типы и функции. Назначение графического знака, его типы и функции. Назначение товарного знака, его типы и функции. Составляющие фирменного стиля, требования к его созданию и разработке;
ОК 02.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	виды и дизайн буклетов, этикетки, правила их оформления; виды визитных карточек, их история и требования к созданию; назначение портфолио и его составляющие, критерии оформления портфолио дизайнера.
ПК 1.3.	Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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. Основные понятия рекламы, ее функции и задачи. История развития рекламы. Виды и средства распространения рекламы	Содержание учебного материала	10	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Дисциплина «Основы рекламной деятельности», ее связь с другими дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи.	2	
	История развития рекламы в России и за рубежом. Классификация рекламы. Понятие коммерческой и некоммерческой рекламы. Прямая и косвенная реклама. Спонсорство как сочетание прямой и косвенной рекламы.	2	
	Наружная и внутренняя реклама, ее виды. «Productplacement».	2	
	Классификация СМИ: телевизионная реклама, реклама на радио, печатная реклама, интернет-реклама и ее виды	2	
	Идеология рекламы как идеология потребления	2	
Тема 2. Категориально-понятийный аппарат рекламной деятельности	Содержание учебного материала	6	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламы. Функции рекламы. Задачи рекламы.	2	
	Ненадлежащая реклама. Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Потребители. Социальная реклама.	2	
	Современная реклама в России и за рубежом и методы ее продвижения.	2	
Тема 3.	Содержание учебного материала	4	ОК 01

Теоретические основы организации рекламной кампании. Реклама и маркетинговый процесс	Стадия исследования рекламной кампании. Стратегическая стадия рекламной кампании.	2	ОК 02. ПК 1.3.
	Определение цели рекламной кампании, её продолжительности и направленности, а также планирование и распределение бюджета	2	
Тема 4. Теоретические основы построения рекламного сообщения	Содержание учебного материала	8	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Основные средства передачи, приемы и композиции рекламного сообщения. Креатив в рекламе.	2	
	Позиционирование бренда.	2	
	Имиджевая реклама. Ассоциативность бренда.	2	
	Текущий контроль (письменный опрос)	2	
Тема 5. Основы психологии рекламы	Содержание учебного материала	2	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Основы психологии рекламы. Имиджевая реклама. Рекламные стратегии. Рекламные идентификаторы.	2	
Тема 6. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности	Содержание учебного материала	2	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Культура рекламной деятельности. Этика РД. Законодательство РФ. Федеральный закон «О рекламе» Международный кодекс рекламной практики.	2	
Тема 7. Этапы создания бренда. Имидж бренда и личности	Содержание учебного материала	8	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Нейминг и его основные критерии Этапы создания имени бренда, основные правила брендинга.	2	
	Организация работы над созданием имиджа. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха. Имидж личности	2	
	Задачи и цели рекламной кампании, основы построения рекламного сообщения. Креатив в рекламе. Текущий контроль (письменный опрос)	2	
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		2	
Итого за 4 семестр:		40	

Тема 8. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция. Дизайн плаката, афиши	Содержание учебного материала	8	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Классификация шрифтов. Виды шрифтов.	2	
	Шрифт в рекламном дизайне и его применение. Шрифтовая графика.	2	
	Виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.	2	
	Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката, афиши	2	
Тема 9. Логотип. Графический знак. Товарный знак	Содержание учебного материала	6	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа.	2	
	Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака	2	
	Назначение товарного знака. Типы товарного знака. Требования к товарному знаку. Функции товарного знака. <i>Текущий контроль (письменный опрос)</i>	2	
Тема 10. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка.	Содержание учебного материала	12	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Фирменный стиль и его составляющие.	2	
	Требования к созданию и разработке фирменного стиля. Примеры брендбука.	2	
	Логобук. Гайдлайн. Ритейл. Айдентика. Брендбук.	2	
	Виды и дизайн буклетов. Правила оформления рекламных буклетов.	2	
	Виды этикетки. Требования к созданию этикетки.	2	
	Визитная карточка. История визитных карточек. Требования к созданию визитной карточки	2	

Тема 11. Портфолио дизайнера.	Содержание учебного материала	2	ОК 01
	Назначение портфолио и его составляющие. Критерии оформления портфолио дизайнера. Текущий контроль (<i>письменный опрос</i>)	2	ОК 02. ПК 1.3.
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)		2	
Итого за 5 семестр		30	
Всего:		70	

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. — 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. 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. 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

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.

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

3.2.2. 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

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</p> <p>Современные тенденции в области дизайна;</p> <p>теоретические основы композиционного построения в графическом и объёмно-пространственном дизайне;</p> <p>Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи. Роль рекламы в современном обществе. Историю развития рекламы в России и за рубежом.</p> <p>Этапы создания бренда, формирование имидж бренда и личности.</p> <p>Классификацию шрифтов рекламном дизайне и их применение, виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.</p> <p>Основные жанры плаката, требования к разработке плаката и афиши, их назначение, историю развития плаката в России за рубежом.</p> <p>Назначение логотипа, его типы и функции. Назначение графического знака, его типы и функции. Назначение товарного знака, его типы и функции.</p> <p>Составляющие фирменного стиля,</p>	<p>Оценка «отлично» - 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» - самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает несущественные ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» - без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка</p>	<p>Письменный опрос</p> <p>Промежуточная аттестация в форме контрольной работы и дифференцированного зачета</p>

<p>требования к его созданию и разработке.</p> <p>Виды и дизайн буклетов, этикетки, правила их оформления.</p> <p>Виды визитных карточек, их история и требования к созданию.</p> <p>Назначение портфолио и его составляющие, критерии оформления портфолио дизайнера.</p>	<p>«неудовлетворительно» - показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов.</p>	
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <p>выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p> <p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;</p> <p>определять этапы решения задачи;</p> <p>выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия;</p> <p>определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>реализовывать составленный план;</p> <p>оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);</p> <p>осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ</p>	<p>Оценка «отлично» - 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» - самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает несущественные ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка «удовлетворительно» - без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» - показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов.</p>	<p>Письменный опрос</p> <p>Промежуточная аттестация в форме контрольной работы и дифференцированного зачета</p>