

**Инженерная школа одежды**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**ОП.09**

**Основы рекламной деятельности**

Учебный план: 23-02-1-38 РГ

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)	<b>Трудоемкость учебной дисциплины</b>	<b>148</b>	
	<b>Из них аудиторной нагрузки</b>	<b>140</b>	
	Лекции, уроки	48	
	Практические занятия	92	
	Консультации		
	<b>Промежуточная аттестация</b>		
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>8</b>		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет	6	
	Контрольная работа	4,5	
	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): Сомова А.Г.  
(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой  
комиссии: Васильева А.А.  
(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.09 «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.
ОК 02.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	Составляющие фирменного стиля, требования к его созданию и разработке; виды и дизайн буклетов, этикетки, правила их оформления;
ПК 1.3.	Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ	виды визитных карточек, их история и требования к созданию; назначение портфолио и его составляющие, критерии оформления портфолио дизайнера.

## 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
<b>Тема 1. Основные понятия рекламы, ее функции и задачи. История развития рекламы. Виды и средства распространения рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>	ОК 01
	Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии», ее связь с другими дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи.	2	ОК 02. ПК 1.3.
	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	
	<b>Текущий контроль</b> - контрольный тест по теме	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие Классификация видов рекламы	2	
	Практическое занятие Особенности рекламной деятельности за рубежом	2	
<b>Тема 2. Государственное регулирование рекламы.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01
	Правовой и добровольный контроль рекламной деятельности. Государственное регулирование рекламной деятельности. Общие вопросы регулирования рекламной деятельности в России	2	ОК 02. ПК 1.3.
	Добровольное (негосударственное) регулирование рекламной деятельности	2	
	<b>Текущий контроль</b> - контрольный тест по теме	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие Работа с ФЗ РФ «О рекламе». Требования к рекламе. Товарные знаки. Основные запреты и ограничения.	4	
<b>Тема 3.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01

<b>Особенности функционирования рынка рекламных услуг</b>	Понятие «рекламные услуги». Субъекты рынка рекламных услуг. Особенности взаимодействия субъектов на национальном и региональном рынках. Состояние и тенденции развития рынка рекламных услуг	2	ОК 02. ПК 1.3.
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8</b>	
	Практическое занятие Регулирование рекламной деятельности на федеральном уровне. Регулирование рекламной деятельности на местном уровне (ЕАО)	2	
	Практическое занятие Состояние и тенденции развития рынка рекламных услуг	4	
	<b>Текущий контроль</b> - контрольный тест по теме	2	
<b>Тема 4. Категориально-понятийный аппарат рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>	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	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>10</b>	
	Практическое занятие Сегментация потребителей рекламного рынка. Выбор целевого рынка рекламы	2	
	Практическое занятие Условия сотрудничества рекламодателя и рекламного агентства. Классификация рекламных агентств	2	
	Практическое занятие Работа рекламного агента	2	
	Практическое занятие Преимущества и недостатки основных средств рекламы. Выбор средств рекламы	4	
<b>Тема 5. Теоретические основы организации рекламной кампании. Реклама и маркетинговый</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Стадия исследования рекламной кампании. Стратегическая стадия рекламной кампании.	2	
	Определение цели рекламной кампании, её продолжительности и направленности, а также планирование и распределение бюджета	2	
	<b>Текущий контроль</b> - контрольный тест по теме		

процесс	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>10</b>	
	Практическое занятие Основные участники рекламного процесса. Этапы организации рекламной работы.	4	
	Практическое занятие Стратегии рационалистического и проекционного типа: достоинства и недостатки	2	
	Практическое занятие Реклама как форма коммуникации: рекламная компания и эффекты рекламной коммуникации	4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подготовка к контрольной работе	<b>2</b>	
<b>Промежуточная аттестация (контрольная работа)</b>		<b>2</b>	
<b>Итого за 4 семестр:</b>		<b>70</b>	
<b>Тема 6. Теоретические основы построения рекламного сообщения</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01
	Основные средства передачи, приемы и композиции рекламного сообщения. Креатив в рекламе.	2	ОК 02.
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8</b>	ПК 1.3.
	Практическое занятие Алгоритм рекламного текста. Структура и функции рекламного текста	2	
	Практическое занятие Позиционирование бренда.	2	
	Практическое занятие Имиджевая реклама. Ассоциативность бренда.	2	
	<b>Текущий контроль</b> (письменный опрос)	2	
<b>Тема 7. Основы психологии рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	ОК 01
	Основы психологии рекламы. Имиджевая реклама. Рекламные стратегии. Рекламные идентификаторы.	2	ОК 02.
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>	ПК 1.3.
	Практическое занятие Составление схемы разработки рекламной стратегии	4	
	<b>Текущий контроль</b> - контрольный тест по теме	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подготовка к контрольной работе	<b>4</b>	
<b>Промежуточная аттестация (контрольная работа)</b>		<b>2</b>	
<b>Итого за 5 семестр:</b>		<b>24</b>	
<b>Тема 8. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 01
	Культура рекламной деятельности. Этика РД. Законодательство РФ. Федеральный закон «О рекламе» Международный кодекс рекламной практики.	2	ОК 02. ПК 1.3.
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие Нормативно – правовая база по регулированию рекламной деятельности в России	2	

<b>Тема 9. Этапы создания бренда. Имидж бренда и личности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Нейминг и его основные критерии Этапы создания имени бренда, основные правила брендинга.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие Организация работы над созданием имиджа. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха. Имидж личности	2	
	Практическое занятие Задачи и цели рекламной кампании, основы построения рекламного сообщения. Креатив в рекламе. <b>Текущий контроль (письменный опрос)</b>	2	
<b>Тема 10. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция. Дизайн плаката, афиши</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Классификация шрифтов. Виды шрифтов.	2	
	Шрифт в рекламном дизайне и его применение. Шрифтовая графика.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8</b>	
	Практическое занятие Виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.	4	
	Практическое занятие Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката, афиши	4	
<b>Тема 11. Логотип. Графический знак. Товарный знак</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака	2	
	Практическое занятие Назначение товарного знака. Типы товарного знака. Требования к товарному знаку. Функции товарного знака. <b>Текущий контроль (письменный опрос)</b>	2	
<b>Тема 12. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>	ОК 01 ОК 02. ПК 1.3.
	Фирменный стиль и его составляющие. Виды этикетки. Требования к созданию этикетки. Визитная карточка. История визитных карточек.	2	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>14</b>	
	Практическое занятие Требования к созданию и разработке	4	



<b>карточка.</b>	фирменного стиля. Примеры брендбука.		
	Практическое занятие Логобук. Гайдлайн. Ритейл. Айдентика. Брендбук.	4	
	Практическое занятие Виды и дизайн буклетов. Правила оформления рекламных буклетов.	4	
	Практическое занятие Требования к созданию визитной карточки	2	
<b>Тема 13. Портфолио дизайнера.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 01  ОК 02.  ПК 1.3.
	Назначение портфолио и его составляющие. Критерии оформления портфолио дизайнера.	2	
	<b>Текущий контроль (письменный опрос)</b>		
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие Разработка (составление) портфолио.	4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подготовка к дифференцированному зачету	<b>2</b>	
<b>Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)</b>		<b>2</b>	
<b>Итого за 6 семестр</b>		<b>54</b>	
<b>Всего:</b>		<b>148</b>	

### 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>
В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>знать</b> :  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	Оценка <b>«отлично»</b> - 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;	Письменный опрос, тестирование, оценка результатов выполнения практических заданий  Промежуточная аттестация в форме контрольной работы и дифференцированного зачета

<p>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, 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>знает правила написания и произношения слов, в т.ч. и профессиональной лексики.</p> <p>Оценка <b>«хорошо»</b> - обучающийся самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает несущественные ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка <b>«удовлетворительно»</b> - обучающийся без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка <b>«неудовлетворительно»</b> - обучающийся показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов.</p>	
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь</b>:</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;</p>	<p>Оценка <b>«отлично»</b> - 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 <b>«хорошо»</b> - обучающийся самостоятельно, с пониманием воспроизводит основной учебный материал, но допускает несущественные</p>	

<p>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>ошибки, которые может исправить.</p> <p>Оценка <b>«удовлетворительно»</b> - обучающийся без достаточного понимания воспроизводит учебный материал и выполняет задания в неполном объеме.</p> <p>Оценка <b>«неудовлетворительно»</b> - обучающийся показывает незнание большей части материала, допускает многочисленные ошибки и неточности в оформлении ответов.</p>	
--	--	--