

**ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ОДЕЖДЫ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

<b>ОП.10</b>	<b>Дизайн и рекламные технологии</b>
--------------	--------------------------------------

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>42</b>	
	<b>Из них аудиторной нагрузки</b>	<b>38</b>	
	Лекции, уроки	20	
	Практические занятия	18	
	Консультации		
	<b>Промежуточная аттестация</b>		
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>4</b>		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет		
	Контрольная работа	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.10 «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) Использовать полученную информацию для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>7) Использовать информационно-коммуникационные технологии для сбора данных об актуальных графических приемах модной иллюстрации, о трендах.</p> <p>8) Ориентироваться на запросы потребителя при создании рекламного продукта, осуществляя контроль над каждым этапом реализации своей идеи.</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,</p>

	<p>9) Анализировать и корректировать результаты собственной работы, обосновывать свое решение и нести ответственность за полученные результаты.</p> <p>10) Демонстрировать стремление к самопознанию, самооценке и саморазвитию, осознавая значимость повышения квалификации для дальнейшего профессионального роста.</p> <p>11) Применять новые методы и технологии, актуальные приемы в профессиональной деятельности.</p>	описание фотосессии и ее назначение, рекомендации по созданию удачной фотосессии.
--	--	---

## 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>1. Основные понятия рекламы, ее функции и задачи. История развития рекламы. Виды и средства распространения рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 01.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
	Дисциплина «Дизайн и рекламные технологии», ее связь с другими дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи.	2	
	Роль рекламы в современном обществе. История развития рекламы в России и за рубежом. Классификация рекламы. Понятие коммерческой и некоммерческой рекламы.	2	
<b>2. Этапы создания бренда. Имидж бренда и личности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	ОК 01.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
	Нейминг и его основные критерии. Этапы создания имени бренда, основные правила брендирования. Организация работы над созданием имиджа. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха. Имидж	2	

	<p>личности. Задачи и цели рекламной кампании, основы построения рекламного сообщения. Креатив в рекламе. <b>Текущий контроль</b> (тестирование, устный опрос)</p>		
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие № 1 Разработать логотип. Эскизы. Отрисовка в векторе	2	
<p><b>3. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция. Дизайн плаката, афиши</b></p>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	<p>ОК 01.; ПК 1.2.; ПК 1.3.</p>
	Классификация шрифтов. Шрифт в рекламном дизайне и его применение. Виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением. Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката, афиши.	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие № 2 Разработать дизайн афиши авторской выставки. Эскизы.	2	
	Практическое занятие № 3 Разработать дизайн афиши авторской выставки. Отрисовка и верстка в векторе.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подготовить презентацию на тему: «История развития плаката в России за рубежом. Жанры и разновидности плаката».	<b>2</b>	
<p><b>4. Логотип. Графический знак. Товарный знак</b></p>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	<p>ОК 01.; ПК 1.2.; ПК 1.3.</p>
	Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа. Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака. Назначение товарного знака. Типы товарного знака. Требования к товарному знаку. Функции товарного знака.	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>	
	Практическое занятие № 4. Создание авторского логотипа. Отрисовка в векторе.	2	
<p><b>5. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка.</b></p>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	<p>ОК 01.; ПК 1.2.; ПК 1.3.</p>
	Фирменный стиль и его составляющие. Требования к созданию и разработке фирменного стиля. Виды и дизайн буклетов. Правила оформления рекламных буклетов. Виды этикетки. Требования к созданию этикетки. Визитная карточка. История визитных	2	

	карточек. Требования к созданию визитной карточки. <b>Текущий контроль</b> (просмотр работ)		
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие № 5 Создание дизайна визитной карточки.	2	
	Практическое занятие № 6 Создание дизайна буклета.	2	
<b>6. Модное портфолио. Фотосессия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	ОК 01.; ПК 1.2.; ПК 1.3.
	Назначение портфолио и его составляющие. Критерии оформления портфолио дизайнера. Описание фотосессии и ее назначение. Позирование. Рекомендации для удачной фотосессии. Локация. «Lookbook» дизайнера.	2	
	<b>Текущий контроль</b> (письменный опрос)	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>6</b>	
	Практическое занятие № 7. Разработка концепции фотосессии и создание модного портфолио дизайнера. Эскизы.	2	
	Практическое занятие № 8. Верстка концепции фотосессии. Буклет (презентация, сайт)	2	
	Практическое занятие № 9. Верстка модного портфолио дизайнера. Буклет (презентация, сайт)	2	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Подготовить презентацию на тему: «История модной фотографии».	<b>2</b>		
<b>Промежуточная аттестация (контрольная работа)</b>		<b>2</b>	
<b>Всего:</b>		<b>42</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. 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 : 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.
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. 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
4. 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.
5. 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. 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

### **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 <b>знать</b>:</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>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 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>Тестирование, письменные и устные формы опроса;</p> <p>Промежуточная аттестация - контрольная работа</p>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь</b>:</p> <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</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,</p>	<p>Тестирование, письменные и устные формы опроса;</p> <p>Промежуточная аттестация - контрольная работа</p>

<p>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) Использовать полученную информацию для эффективного выполнения поставленных профессиональных задач.</p> <p>7) Использовать информационно-коммуникационные технологии для сбора данных об актуальных графических приемах модной иллюстрации, о трендах.</p> <p>8) Ориентироваться на запросы потребителя при создании рекламного продукта, осуществляя контроль над каждым этапом реализации своей идеи.</p> <p>9) Анализировать и корректировать результаты собственной работы, обосновывать свое решение и нести ответственность за полученные результаты.</p> <p>10) Демонстрировать стремление к самопознанию, самооценке и саморазвитию, осознавая значимость повышения квалификации для дальнейшего профессионального роста.</p> <p>11) Применять новые методы и технологии, актуальные приемы в профессиональной деятельности.</p>	<p>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 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>	
--	---	--