

Колледж технологии, моделирования и управления

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«04» _____ 04 _____ 2023 г

Рабочая программа дисциплины

ОП.12

Дизайн и рекламные технологии

Учебный план: 23-02/1/16 ДПС

Код, наименование
специальности 54.02.01 «Дизайн» (по отраслям): Дизайн пространственной среды

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	98	
	Из них аудиторной нагрузки	90	
	Лекции, уроки	56	
	Практические занятия	32	
	Консультации	2	
	Промежуточная аттестация	6	
	Курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа	2		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен	7	
	Зачет	-	
	Контрольная работа	-	
	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 Министерства просвещения Российской Федерации от **05.05.2022 г. № 308 (ред. от 01.09.2022)**

Составитель(и): Преподаватель Корсакова К.М.

(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой
комиссии:

Натус Н.И.

(Ф.И.О., 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	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.12 «Дизайн и рекламные технологии»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Дизайн и рекламные технологии» является обязательной частью профессионального учебного 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, ОК 02, ОК 04, ОК 09, ПК 1.2.

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	составить план действия; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска	приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности
ОК 02	применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение	основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
ОК 04	взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности, проявлять толерантность в рабочем коллективе	основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности, значимость профессиональной деятельности по специальности
ОК 09	применять современную научную профессиональную терминологию; грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке	современная научная и профессиональная терминология; правила оформления документов и построения устных сообщений
ПК 1.2	выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; создавать целостную композицию на плоскости, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создавать цветовое единство в композиции по законам колористики; проводить работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования; владеть основными принципами, методами и приемами работы над дизайн-проектом.	основы проектной деятельности системное представление о функциях, методах и изобразительном языке рекламы; законы формообразования; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); принципы и методы эргономики.

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
Тема 1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания.	Содержание учебного материала	58	ОК 01 ОК 02 ОК 04
	1. Современные маркетинговые коммуникации. Определение целей и задач курса. Понятийно - терминологический аппарат. Понятие и основные особенности современных маркетинговых коммуникаций. Базовые методы офлайн-коммуникаций: наружная реклама, ambient media, печатная реклама, сувенирная реклама, реклама в местах продаж POS-материалы. Базовые методы онлайн-коммуникаций: медийная реклама, технологии продвижения web-сайта. SMM-маркетинг, e-mail рассылки, современные системы взаимодействия с аудиторией.	20	
	2. Коммуникационная кампания: основные этапы. Форматы программ продвижения: рекламная компания, рекламная акция, флешмоб. Основные этапы маркетинговой коммуникационной кампании. Цели и задачи коммуникационной кампании. Исследования в рекламе: количественные и качественные исследования. Опрос, наблюдение, фокус-группа, глубинное интервью, эксперимент, проекционные методики. Основные подходы к описанию целевой аудитории. <i>Текущий контроль</i> – письменный опрос	22	
	В том числе, практических занятий	8	
	Практическое занятие № 1 Постановка цели и определение задачи коммуникационной кампании.	4	
	Практическое занятие № 2 Планирование коммуникационной кампании. Определение целевой аудитории. <i>Текущий контроль</i> – устный опрос по практической работе.	4	
Тема №.2 Креативная концепция коммуникационной кампании.	Содержание учебного материала	42	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 09 ПК 1.2
	1. Креативная концепция коммуникационной кампании. Маркетинговая, медийная и креативная концепции коммуникационной кампании. Креативная концепция коммуникационной кампании как основа её эффективности. Проблемы визуализации коммуникативного сообщения. Основные приёмы формирования визуального образа: синонимия, антонимия, символизация, гиперболизация. Визуальная метафора.	14	
	В том числе, практических занятий	24	
	Практическое занятие №3. Разработка креативной концепции коммуникационной кампании. Визуализация: приёмы. Разработка рекламной концепции и подбор рекламных носителей. <i>Текущий контроль</i>	4	

	Практическое занятие №4. Разработка визуально-графического сопровождения к коммуникационной кампании. Разработка коммуникативного сообщения для целевой аудитории.	2	
	Практическое занятие №5. Разработка слогана. Разработка визуальной креативной идеи и медиастратегии. Текущий контроль – устный опрос по практической работе.	4	
	Практическое занятие №6. Разработка фирменного стиля коммуникационной компании. Разработка цветового решение.	4	
	Практическое занятие №7 Разработка шрифтового решения. Разработка фирменного паттерна. Текущий контроль	4	
	Практическое занятие №8 Создание презентации проекта. Текущий контроль	4	
	Практическое занятие №9 Итоговое согласование визуальной подачи проекта. Подготовка презентации проекта к сдаче.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка сообщений, отрисовка фирменного паттерна, подготовка презентаций	2	
	Консультация	2	
Промежуточная аттестация - экзамен		6	
Всего:		98	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

1. Стандартно оборудованный кабинет дизайна
2. Видеопроектор с экраном
3. Персональный компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016
4. Точка подключения к сети Интернет.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Печатные издания

3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

а) основная учебная литература

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учебное пособие / Овчинникова Р.Ю.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — ISBN 978-5-238-01525-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74886.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Курушин В. Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В.Д. Курушин. - Москва : ДМК Пресс, 2017. - 308 с. - ISBN 978-5-97060-553-0. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/364406/reading> - Текст: электронный.

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. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86863.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) учебно-методическая литература

1. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 2-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. — 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/87862.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Шевченко, Е. П. Реклама как вид искусства : учебно-методическое пособие / Е. П. Шевченко. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2020. — 48 с. — ISBN 978-5-292-04631-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106271.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3.2.3. Дополнительные источники

1. <http://www.edu.ru/> - федеральный портал Российское образование
2. <https://www.behance.net> – платформа для демонстрации работ иллюстраторов, дизайнеров, фотографов, социальная сеть креативных профессионалов.
3. www.advertology.ru – статьи, аналитика о рекламе.
4. <https://www.sostav.ru> – портал о рекламе, примеры креативной рекламы
5. <https://1soc.ru> – сайт о социальной рекламе в России

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>приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности, значимость профессиональной деятельности по специальности современная научная и профессиональная терминология; правила оформления документов и построения устных сообщений; основы проектной деятельности системное представление о функциях, методах и изобразительном языке рекламы; законы формообразования; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); принципы и методы эргономики.</p>	<p>Уверенно ориентируется в функциях, методах и изобразительном языке рекламы; законах создания колористики; закономерностях построения художественной формы и особенности ее восприятия; законах формообразования; систематизирующих методах формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующих методах формообразования (стилизация и трансформация); принципах и методах эргономики; грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике; понимает и правильно применяет при выполнении творческих заданий различное программное обеспечение, средства информатизации; понимает закономерности построения художественной формы; законы формообразования; использует систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику)</p>	<p>Письменный и устный опрос по теме современных маркетинговых коммуникаций Наблюдение за выполнением практического задания (деятельностью студента) Оценка выполнения практического задания(работы)</p> <p>Экзаменационная работа</p>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <p>составить план действия; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска; применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности, проявлять толерантность в рабочем коллективе применять современную научную профессиональную терминологию; грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике</p>	<p>Уверенно применяет знания на практике при проведении предпроектного анализа; осуществляет постановку цели и определяет задачи коммуникационной кампании выполняет эскизы в соответствии с тематикой проекта; создает целостную композицию на плоскости, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создает цветовое единство в композиции по законам колористики; проводит работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполняет необходимые предпроектные исследования; владеет основными принципами,</p>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Оценка результатов выполнения практической работы, соответствия техническому заданию и скорости выполнения работ</p> <p>Экзаменационная работа</p>

<p>на государственном языке выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; создавать целостную композицию на плоскости, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создавать цветовое единство в композиции по законам колористики; проводить работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования; владеть основными принципами, методами и приемами работы над дизайн-проектом</p>	<p>методами и приемами работы над дизайн-проектом</p>	
---	---	--