

**Колледж технологии, моделирования и управления**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

ОП.12

**Дизайн и рекламные технологии**

Учебный план: 24-02/1/16

Код, наименование специальности 54.02.01 «Дизайн» (по отраслям):  
Промышленная графика, Веб-дизайн

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>98</b>	
	<b>Из них аудиторной нагрузки</b>	<b>78</b>	
	Лекции, уроки	36	
	Практические занятия	36	
	Консультации	6	
	<b>Промежуточная аттестация (экзамен)</b>	<b>6</b>	
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>14</b>		
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 03.07.2024)**

Составитель(и): Корсакова К.М., Старк М.В.

(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 .....	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ .....	8

# 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 вариативной 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
<b>Тема 1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>30</b>	ОК 01 ОК 02 ОК 04
	Современные маркетинговые коммуникации. Определение целей и задач курса. Понятийно - терминологический аппарат.	2	
	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.	4	
	Базовые методы онлайн-коммуникаций: медийная реклама, технологии продвижения web-сайта. SMM-маркетинг, e-mail рассылки, современные системы взаимодействия с аудиторией.	4	
	Коммуникационная кампания: основные этапы. Форматы программ продвижения: рекламная кампания, рекламная акция, флешмоб. <b>Текущий контроль</b> - опрос	2	
	Основные этапы маркетинговой коммуникационной кампании. Цели и задачи коммуникационной кампании.	2	
	Цели и задачи коммуникационной кампании. Исследования в рекламе: количественные и качественные исследования	2	
	Опрос, наблюдение, фокус-группа, глубинное интервью, эксперимент, проекционные методики. <b>Текущий контроль</b> - опрос	4	
	Основные подходы к описанию целевой аудитории.	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>8</b>	
	<b>Практическое занятие № 1</b> Постановка цели и определение задачи коммуникационной кампании. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	4	
	<b>Практическое занятие № 2</b> Планирование коммуникационной кампании. Определение целевой аудитории. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	4	
<b>Тема №.2 Креативная концепция коммуникационной кампании.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>42</b>	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 09 ПК 1.2
	Креативная концепция коммуникационной кампании как основа её эффективности.	2	
	Маркетинговая, медийная и креативная концепции коммуникационной кампании.	4	
	Проблемы визуализации коммуникативного сообщения	2	
	Основные приёмы формирования визуального образа: синонимия, антонимия, символизация, гиперболизация <b>Текущий контроль</b> - опрос	4	
Визуальная метафора.	2		

	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>28</b>	
	<b>Практическое занятие №3.</b> Разработка креативной концепции коммуникационной кампании. Визуализация: приёмы. Разработка рекламной концепции и подбор рекламных носителей. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	4	
	<b>Практическое занятие №4.</b> Разработка визуально-графического сопровождения к коммуникационной кампании. Разработка коммуникативного сообщения для целевой аудитории. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	2	
	<b>Практическое занятие №5.</b> Разработка слогана. Разработка визуальной креативной идеи и медиастратегии. <b>Текущий контроль</b> - опрос	4	
	<b>Практическое занятие №6.</b> Разработка фирменного стиля коммуникационной компании. Разработка цветового решение. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	4	
	<b>Практическое занятие №7</b> Разработка шрифтового решения. Разработка фирменного паттерна. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	4	
	<b>Практическое занятие №8</b> Создание презентации проекта. <b>Текущий контроль</b> – экспертное наблюдение за ходом выполнения работы	4	
	<b>Практическое занятие №9</b> Итоговое согласование визуальной подачи проекта. Защита проекта	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> - Подготовка сообщений, отрисовка фирменного паттерна, подготовка презентаций	<b>14</b>	
	<b>Консультации</b>	<b>6</b>	
	<b>Промежуточная аттестация - экзамен</b>	<b>6</b>	
	<b>Всего:</b>	<b>98</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрен:

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

1. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с.

##### 3.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

а) основная учебная литература

1. 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.

2. 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

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](http://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 <b>знать</b>:</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 Наблюдение за выполнением практического задания (деятельностью студента) Оценка выполнения практического задания(работы)</p> <p>Экзамен</p>
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен <b>уметь</b>:</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</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;</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>Экзамен</p>



<p>документы по профессиональной тематике 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 цветное 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>владеет основными принципами, методами и приемами работы над дизайн-проектом</p>	
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	--