

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.03

История экранных искусств

Учебный план: № 25-02-1-5

Код, наименование специальности, направленность 42.02.01 Реклама, Планирование рекламных кампаний и продвижение средствами цифровых технологий

Квалификация выпускника Специалист по рекламе

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	110	
	Из них аудиторной нагрузки	94	
	Лекции, уроки	48	
	Практические занятия	34	
	Консультации	12	
	Промежуточная аттестация	6	
	Курсовой проект (работа)		
	Самостоятельная работа	10	
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен	5	
	Зачет с оценкой		
	Контрольная работа	4	
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург
2025

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **42.02.01 Реклама**, утверждённым приказом Минпросвещения России от **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Коняева А.С.
(Ф.И.О.)

Председатель цикловой
комиссии: _____
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Леонов С.А.
(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части общепрофессионального цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих (ОК) компетенций.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающегося следующих компетенций на базе полученных знаний и умений

Код и формулировка ПК	Знания	Умения
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	этапы зарождения и становления традиций в рекламном деле; виды печатных рекламных изданий; процесс зарождения народной рекламы в России; творчество художников–плакатистов эпохи индустриализации; виды рекламных товаров народного потребления	находить стилистические решения для разных видов рекламных продуктов; анализировать примеры различных видов печатной рекламной продукции

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

2.1. Тематический план и содержание дисциплины:

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
1	2	3
Раздел 1. Эволюция рекламы		
Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17- 18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века	Содержание учебного материала	12
	Зарождение и становление европейских традиций в рекламном деле. Реклама в древней Греции и древнем Риме. Реклама в торговле и ремесленном производстве европейского Средневековья. "Крики" средневекового города, устная реклама Нового времени. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия)	4
	Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века. Летучие листки, афиши. Печатные издания 17-19 веков, их основатели, и рекламные объявления. Рекламные агентства. Плакат конец 19 начала 20х веков. Афиша и плакат модерна в европейской рекламе	2
	В том числе, практических занятий	6
	Практическое занятие №1. Тема: Афиша и плакат в средневековой Европе	2
	Практическое занятие №2. Тема: Анализ афиш второй половины 19 века	4
<i>Текущий контроль – устный опрос</i>		
Тема 1.2. Реклама императорской России	Содержание учебного материала	4
	Народная реклама в России: балаган, раешник, лубок. Торговая реклама в России 18-19 вв. Коммерческая реклама в России в 19 веке. Реклама в СМИ в конце к 19-начале 20вв Художественный кинематограф в дореволюционной России	2
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие №3. Тема: Гербовые знаки – история семьи	2
	Содержание учебного материала	6

Тема 1.3. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации Реклама товаров народного потребления	2
	Агитационная реклама Стилистические решения. Кинематограф в России и за рубежом	2
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие №4. Тема: Жанры игрового (художественного) кино	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема 1.4. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	Содержание учебного материала	8
	Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов. Первая телевизионная реклама (реклама часов-США в 1941, реклама кукурузы - СССР, 1964г)	2
	Деятельность «Союзторгреклама» 1966 при Министре торговли СССР. Создатели, разбор примеров	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №5. Тема: Анализ примеров различных видов печатной рекламы 50-80-х годов	2
	Практическое занятие №6. Тема: Анализ примеров различных видов телевизионной рекламы 50-80х годов	2
Текущий контроль – устный опрос		
Тема 1.5. Реклама 90х-2000х	Содержание учебного материала	6
	Реклама 90х-2000х Печатная реклама. Кинематограф в России 90-х, прибыльная мультипликация. Развитие мирового анимационного кинематографа Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама. Интернет реклама: первая интернет реклама 94г, эпоха баннерной рекламы	2
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие №7. Тема: Анализ отечественного телевизионного кино 90-х-2000х	2
	Самостоятельная работа - подготовка к промежуточной аттестации	2
Текущий контроль – устный опрос		
Консультации		2
Промежуточная аттестация (контрольная работа)		2
Всего в семестре:		40
Раздел 2. Современная реклама		
Тема 2.1. Современные направления в рекламе	Содержание учебного материала	12
	Современные направления в рекламе. Телевидение в системе экранных искусств	2
	Видео в системе экранных искусств. Интернет в системе экранных искусств	2
	Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контент-маркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет, Ретаргет, Контекст	4
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №1. Тема: Разработка рекламного видеоролика на заданную тему	4
Текущий контроль – устный опрос		
Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	Содержание учебного материала	10
	Ведущие рекламные агентства и их работы. GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, группа АДВ, Public Totem, Mediascope, студия Артемия Лебедева и т.д.	6
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №2. Тема: Обзор работ ведущих рекламных агентств	4
Тема 2.3. Креативные методы,	Содержание учебного материала	12
	Креативные методы, используемые в современной рекламе. Гипербола, литота, известный персонаж, показ	4

используемые в современной рекламе	товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора	
	демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, метаморфоза и т.д.	4
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №3. Тема: Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы	4
Текущий контроль – устный опрос		
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	Содержание учебного материала	20
	Инсайт и ключевой рекламный образ Определения, разбор примеров, приемы разработки	4
	Потребительский инсайт. Правила создания инсайта	4
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №4. Тема: Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы	4
	Самостоятельная работа – подготовка к экзамену	8
Текущий контроль – устный опрос		
Консультации		10
Промежуточная аттестация (экзамен)		6
Всего в семестре:		70
Всего		110

2.2 Курсовое проектирование (не предусмотрено УП)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены

кабинет «Истории искусств», оснащенный оборудованием:

стол, стул преподавателя;

стол, стулья для обучающихся (по кол-ву обучающихся в группе);

доска;

компьютер с лицензионным Программным обеспечением: Microsoft Windows 10 Pro. Office Standart 2016;

многофункциональное устройство HP (МФУ HP);

проектор;

экран;

шкафы, тумбы;

наглядные пособия;

раздаточные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебник для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564172>

2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20186-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569266>

3. Почекаев, Р. Ю. Связи с общественностью. История : учебное пособие для среднего профессионального образования / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 239 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20203-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557786>

б) дополнительная

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство

- Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>
2. Нуркова, В. В. Фотография: психология фотографии. Культурно-исторический анализ : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 201 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19230-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/579588>.
3. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566468>
4. Ханжонков, А. А. Первые годы русской кинематографии / А. А. Ханжонков ; под научной редакцией В. Е. Вишневого ; под редакцией В. С. Росоловской. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-12688-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567081>

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

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. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся грамотно использует возможности Интернет-ресурсов, применяет знания исторических стилей при разработке визуальных решений; применяет приемы в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; успешно использует технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам; правильно аргументирует выбранное решение	Теоретические вопросы
Хорошо	Обучающийся использует возможности Интернет-ресурсов, применяет знания исторических стилей при разработке визуальных решений; применяет приемы в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией с небольшими корректировками; использует технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам с небольшими ошибками; аргументирует выбранное решение	
Удовлетворительно	Обучающийся с ошибками использует возможности Интернет-ресурсов, применяет знания исторических стилей при разработке визуальных решений; применяет приемы в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией с корректировками; с ошибками использует технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам; правильно аргументирует выбранное решение	

Неудовлетворительно	Обучающийся не умеет использовать возможности Интернет-ресурсов и применять знания исторических стилей при разработке визуальных решений; не применяет приемы в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; не использует технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам; неправильно аргументирует выбранное решение	
---------------------	---	--