

**ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ОДЕЖДЫ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

<b>ОП.08</b>	<b>Основы рекламной деятельности</b>
--------------	--------------------------------------

Учебный план: № 25-02-1-38

Код, наименование  
специальности,  
направленность: 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>70</b>	
	<b>Из них аудиторной нагрузки</b>	<b>70</b>	
	Лекции, уроки	70	
	Практические занятия		
	Консультации		
	<b>Промежуточная аттестация</b>		
	Курсовой проект (работа)		
<b>Самостоятельная работа</b>			
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет	7	
	Контрольная работа	6	
	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)

Председатель цикловой  
комиссии: Васильева А.А.  
(Ф.И.О)

### **СОГЛАСОВАНИЕ:**

Директор колледжа: Вершигора А.В.  
(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 основной образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование профессиональных (ПК) компетенций ПК 1.2.

### 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 ОК, ПК	Знания	Умения
ПК 1.2. Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов	виды и форматы рекламной продукции, принципы маркетингового анализа, целевую аудиторию и её потребности, современные тренды в рекламном дизайне, критерии оценки эффективности рекламы.	анализировать рынок и конкурентов, определять ключевые сообщения бренда, подбирать визуальные и текстовые решения под задачи рекламы, формулировать креативные концепции на основе данных, презентовать варианты решений заказчику.

## 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
Тема №1. Основные понятия рекламы, ее функции и задачи. История развития рекламы. Виды и средства распространения рекламы	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>10</b>
	Дисциплина «Основы рекламной деятельности», ее связь с другими дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Основные понятия рекламы. Ее функции и задачи.	2
	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
Тема №2. Категориально-понятийный аппарат рекламной деятельности	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>6</b>
	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
Тема №3. Теоретические основы организации рекламной кампании. Реклама и маркетинговый процесс	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>4</b>
	Стадия исследования рекламной кампании. Стратегическая стадия рекламной кампании.	2
	Определение цели рекламной кампании, её продолжительности и направленности, а также планирование и распределение бюджета	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
Тема №4. Теоретические основы построения рекламного сообщения	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>8</b>
	Креатив в рекламе.	2
	Позиционирование бренда.	2
	Имиджевая реклама. Ассоциативность бренда	2
	Оценка эффективности и адаптация рекламного сообщения	2
<b>Текущий контроль по темам 1-4 (устный опрос)</b>		
Тема №5. Основы психологии рекламы	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>2</b>
	Имиджевая реклама. Рекламные стратегии. Рекламные идентификаторы.	2
Тема №6. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>2</b>
	Этика РД. Законодательство РФ. Федеральный закон «О рекламе» Международный кодекс рекламной практики.	2
Тема №7. Этапы создания бренда. Имидж бренда и личности	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>8</b>
	Нейминг и его основные критерии Этапы создания имени бренда, основные правила брендинга.	2
	Организация работы над созданием имиджа. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха. Имидж личности	2
	Задачи и цели рекламной кампании, основы построения рекламного сообщения. Креатив в рекламе.	2
<b>Текущий контроль по темам 5-7 (устный опрос)</b>		
<b>Промежуточная аттестация (контрольная работа)</b>		<b>2</b>
<b>Всего в 6 семестре:</b>		<b>40</b>
Тема №8. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция. Дизайн плаката, афиши	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>8</b>
	Классификация шрифтов. Виды шрифтов.	2
	Шрифт в рекламном дизайне и его применение. Шрифтовая графика.	2
	Виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций, принципы построения или способы сочетания шрифта с изображением.	2
	Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката, афиши	2
Тема №9. Логотип. Графический знак. Товарный знак	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>6</b>
	Назначение логотипа. Типы логотипов. Требования к логотипу. Функции логотипа.	2
	Назначение графического знака. Типы графического знака. Требования к графическому знаку. Функции графического знака	2
	Назначение товарного знака. Типы товарного знака. Требования к товарному знаку. Функции товарного знака.	2
<b>Текущий контроль по темам 8-9 (устный опрос)</b>		
Тема №10. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка.	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>12</b>
	Фирменный стиль и его составляющие.	2
	Требования к созданию и разработке фирменного стиля. Примеры брендбука.	2
	Логобук. Гайдлайн. Ритейл. Айдентика. Брендбук.	2
	Виды и дизайн буклетов. Правила оформления рекламных буклетов.	2
	Виды этикетки. Требования к созданию этикетки.	2
	Визитная карточка. История визитных карточек. Требования к созданию визитной карточки	2
Тема №11.	<b>Содержание учебного материала.</b>	<b>2</b>

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
Портфолио дизайнера.	Назначение портфолио и его составляющие. Критерии оформления портфолио дизайнера.	2
<b>Текущий контроль по разделу (устный опрос)</b>		
<b>Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)</b>		<b>2</b>
<b>Всего в 7 семестре:</b>		<b>30</b>
<b>ВСЕГО:</b>		<b>70</b>

## 2.2 Курсовое проектирование (не предусмотрено УП)

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

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

Кабинет «компьютерного дизайна», оснащенный оборудованием: рабочие места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; компьютер с лицензионным ПО Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2016; проектор; экран.

Лаборатория «компьютерного дизайна», оснащенная необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием:

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

##### 3.2.1 Учебная литература

###### а) основная

1. Городецкая, С. В. Основы композиции в графическом дизайне : учебное пособие для СПО / С. В. Городецкая, Ю. А. Аверкин, К. А. Аверкина. — 2-е изд. — Саратов: Профобразование, 2025. — 188 с. — ISBN 978-5-4488-2367-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148678.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Качалова, С. М. Основы рекламной деятельности. Система повышения эффективности рекламного процесса: учебное пособие для СПО / С. М. Качалова, Е. В. Бурлакова, М. Ю. Болгова; под редакцией С. М. Качаловой. — 2-е изд. — Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2025. — 124 с. — ISBN 978-5-00175-327-8, 978-5-4488-2741-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156992.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. 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

###### б) дополнительная

1. Гнибеда, А. Ю. Основы теории и обработки растровой графики: учебник / А. Ю. Гнибеда, О. А. Гурьянова. — Москва: Университет «Синергия», 2021. — 154 с. — ISBN 978-5-4257-0520-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/156693.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы: учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123351.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. 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.

4. 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.

**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	Все ответы студента верные, развернутые	Индивидуальный или групповой опрос. Тестирование.
Хорошо	75% ответов студента верные, присутствуют развернутые ответы	
Удовлетворительно	50% ответов студента верные, отсутствуют развернутые ответы	
Неудовлетворительно	Верные ответы менее 50%	