

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: № 25-02-1-17

Код, наименование
специальности,
направленность 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	78	
	Лекции, уроки	36	
	Практические занятия	36	
	Консультации	6	
	Промежуточная аттестация	6	
	Курсовой проект (работа)		
	Самостоятельная работа	14	
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен	5	
	Зачет		
	Контрольная работа		
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург
2025

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): Шведов С.В., Калинина Л.В.
(Ф.И.О)

Председатель цикловой
комиссии: Красильникова М.В.
(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 вариативной части общепрофессионального цикла образовательной программы (ОП).

Дисциплина обеспечивает формирование общих (ОК) и профессиональных (ПК) 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 ОК, ПК	Знания	Умения
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности, значимость профессиональной деятельности по специальности; основные особенности современных маркетинговых коммуникаций; базовые методы офлайн-коммуникаций (наружную, печатную и сувенирную рекламу, рекламу в местах продаж, POS-материалы); приемы структурирования информации	выделять основные этапы маркетинговой коммуникационной кампании; выделять задачи коммуникационной кампании и исследования в рекламе (количественные и качественные)
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	особенности формирования рекламного обращения; виды, формы и правила создания современной маркетинговой коммуникации; примеры креативных концепций коммуникационных кампаний; стандарты и нормативы, регулирующие визуальное оформление и представление дизайн-проектов; основы структуры и формата различной профессиональной документации, включая технические задания, презентации, проектные отчеты и рекламные материалы; методы перевода специализированной терминологии и особенностей коммуникации в области дизайна на иностранный язык; правила цитирования и оформления ссылок на источники в профессиональной документации	разрабатывать креативные концепции коммуникационной кампании; анализировать и интерпретировать профессиональную документацию на русском и иностранном языках, включая технические условия и презентации; составлять и оформлять профессиональные документы, такие как техзадания, проектные отчеты и рекламные материалы, на русском и иностранном языке; применять специализированную терминологию при разработке и презентации дизайн-проектов; переводить и адаптировать документацию с учетом культурных и профессиональных особенностей целевой аудитории
ПК 1.3 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ	основные принципы и этапы дизайнерского проектирования; современные специализированные компьютерные программы, используемые в дизайне пространственной среды (AutoCAD, SketchUp и др.); технические требования и стандарты, применяемые в дизайне пространственной среды; основы теории цвета, композиции и визуальной грамоты, важные для	разрабатывать креативные концепции коммуникационной кампании с применением компьютерных программ; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; разрабатывать проектную документацию, включая

	создания эффективных дизайнерских решений	планы, чертежи и спецификации, с использованием программного обеспечения
--	-------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

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. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания	Содержание учебного материала:	10
	Дизайн-технологии в рекламе. Наружная реклама. Мерчандайзинг. Витринистика. Интерьеры ТЦ	2
	Сценарные технологии. Драматургическая схема	2
	Методы создания визуальных образов. Нейрореклама. Рекламные тексты. Слоганы. Технологии перевода словесного образа в визуальный гештальт. «Мышление, восприятие, воображение»	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №1. Презентация рекламного обращения	2
	Практическое занятие №2. Сценарии в организации пространства кафе Текущий контроль – просмотр практических работ	2
Тема 2. Современные маркетинговые коммуникации. Фирменный стиль. Плакат	Содержание учебного материала:	24
	Фирменный стиль. Бренд. Торговая марка. Визитка. Логотип	2
	Упаковка. Интерьер. Фасад. Пространство открытое. Примеры рекламного дизайна в материале	2
	История плаката. Периодика	2
	Идеи, которые меняли графический дизайн. Стилистика	2
	В том числе, практических занятий	16
	Практическое занятие №3. Компонировка визитки, логотипа	4
	Практическое занятие №4. Мокапы фирменного стиля	4
	Практическое занятие №5. Примеры рекламного дизайна в архитектурном пространстве	4
	Практическое занятие №6. Компонировка плаката, афиши Текущий контроль – просмотр практических работ	4
Тема 3. Креативная концепция. Проект «Зона релакса»	Содержание учебного материала:	38
	Проект зоны релакса в жилом, общественном, производственном пространстве. ТРИЗ: постановка целей и задач УТП (улучшение качества жизни)	2
	Эстетические категории. Теория. Номинации	2
	Метаязык. Метапрограммы. Целевая аудитория	2
	Целевая аудитория. Имиджевые стратегии	4
	Эстетические категории. Вкусовые потребительские предпочтения. Перевод в дизайнерские предложения	4
	Эстетическая конструкция пространства зоны релакса	4
	Эмоционально-психологическая конструкция пространства зоны релакса	4
	В том числе, практических занятий	16
	Практическое занятие № 7. Предметный дизайн в эстетических номинациях	4
	Практическое занятие № 8. Образ-модель персонажа	4

	Практическое занятие № 9. Мудборд пространства зоны релакса. Формирование идей	4
	Практическое занятие № 10. Уникальное торговое предложение. Таблица Текущий контроль – просмотр практических работ	4
Самостоятельная работа обучающихся: оформление работ, подготовка к экзамену		14
Консультации:		6
Промежуточная аттестация: экзамен		6
ВСЕГО:		98

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

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

Учебный кабинет для теоретической и практической работы оснащенный оборудованием: - стол, стул для преподавателя, демонстрационная доска, шкафы, компьютер с программным обеспечением Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016; проектор, экран, столы и стулья (по кол-ву обучающихся в группе), графические материалы (линеры, маркеры, ручки капиллярные, перья, тушь, чернила и т.п.); инструменты и аксессуары; дидактические материалы; методические демонстрационные пособия.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама / Курушин В.Д. — 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. 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. Россман, Р. Дизайн впечатлений: инструменты и шаблоны создания у клиента положительных эмоций от взаимодействия с компанией и продуктом / Р. Россман, М. Дюрден; перевод Е. Деревянко; под редакцией Л. Любавиной, Л. Макариной. — Москва: Альпина Паблшер, 2026. — 332 с. — ISBN 978-5-9614-2726-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/158295.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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	Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям	просмотр выполненных работ
Хорошо	Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы	

Удовлетворительно	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием	
Неудовлетворительно	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы	