Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ- ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»

ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ОДЕЖДЫ

(Наименование колледжа)

Подлинник электронного документа, подписанного ЭЦП, хранится в системе электронного документооборота ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
Сертификат 03 37 82 ac 95 fГЪ3 99 40 18 ea 3c 01 9f 6f e8
Владелец Рудин Александр Евгеньевич, первый проректор
Действителен с 17 июля 2026 г. по 17 октября 2027

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.08 ***Основы рекламной деятельности***

Учебный план: № 26-02-1-33

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)	**Трудоемкость учебной дисциплины**	**70**	
	Из них аудиторной нагрузки	**70**	
	Лекции, уроки	70	
	Практические занятия		
	Консультации		
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
	Самостоятельная работа		
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет	5	
	Контрольная работа	4	
	Курсовой проект (работа)		

Санкт-Петербург
2026

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	**Содержание учебного материала**. Определение рекламы, её экономические и социальные функции. Задачи рекламы. История рекламы в России и за рубежом. Классификация рекламы: коммерческая/некоммерческая, прямая/косвенная. Спонсорство. Наружная и внутренняя реклама. Product placement. Реклама в СМИ (ТВ, радио, печать, интернет). Идеология рекламы как идеология потребления.	**10**
	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.	2
	Классификация рекламы. Коммерческая/некоммерческая, прямая/косвенная, спонсорство	2
	Наружная и внутренняя реклама. Product placement	2
	Классификация СМИ: ТВ, радио, печать, интернет-реклама. Идеология рекламы как идеология потребления	2
Тема №2. Категориально-понятийный аппарат рекламной деятельности	**Содержание учебного материала** Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламы, её функции и задачи. Ненадлежащая реклама. Субъекты рекламного рынка: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель. Потребители рекламы. Социальная реклама. Современная реклама в России и за рубежом, методы её продвижения.	**6**
	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Основные понятия рекламы. Функции рекламы. Задачи рекламы.	2
	Ненадлежащая реклама. Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Потребители. Социальная реклама.	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
	Современная реклама в России и за рубежом и методы ее продвижения.	2
Текущий контроль по темам 1-2 *(устный/письменный опрос)*		
Тема №3. Теоретические основы организации рекламной кампании. Реклама и маркетинговый процесс	**Содержание учебного материала.** Стадии рекламной кампании: исследовательская и стратегическая. Определение целей рекламной кампании, её продолжительности и направленности. Планирование и распределение рекламного бюджета.	**4**
	Стадия исследования рекламной кампании. Стратегическая стадия рекламной кампании.	2
	Определение цели рекламной кампании, её продолжительности и направленности, а также планирование и распределение бюджета	2
Текущий контроль по теме 3 *(устный/письменный опрос)*		
	Промежуточная аттестация (контрольная работа)	2
	Всего в 4 семестре:	**22**
Тема №4. Теоретические основы построения рекламного сообщения	**Содержание учебного материала**. Основные средства передачи, приёмы и композиции рекламного сообщения. Креатив в рекламе. Позиционирование бренда. Имиджевая реклама. Ассоциативность бренда.	**6**
	Основные средства передачи, приемы и композиции рекламного сообщения. Креатив в рекламе.	2
	Позиционирование бренда.	2
	Имиджевая реклама. Ассоциативность бренда.	2
Тема №5. Основы психологии рекламы	**Содержание учебного материала**. Основы психологии рекламы: восприятие, внимание, память, мотивация. Имиджевая реклама. Рекламные стратегии. Рекламные идентификаторы.	**2**
	Основы психологии рекламы. Имиджевая реклама. Рекламные стратегии. Рекламные идентификаторы.	2
Текущий контроль по темам 4-5 *(устный/письменный опрос)*		
Тема №6. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности	**Содержание учебного материала.** Культура рекламной деятельности. Этика в рекламе. Законодательство РФ о рекламе (Федеральный закон «О рекламе»). Международный кодекс рекламной практики.	**2**
	Культура рекламной деятельности. Этика РД. Законодательство РФ. Федеральный закон «О рекламе» Международный кодекс рекламной практики. Текущий контроль 1 (письменный опрос)	2
Тема №7. Этапы создания бренда. Имидж бренда и личности	**Содержание учебного материала.** Нейминг и его критерии. Этапы создания имени бренда. Правила брендирования. Организация работы над созданием имиджа. Имидж и его роль в достижении профессионального и личного успеха. Имидж личности. Задачи и цели рекламной кампании, основы построения рекламного сообщения. Креатив в рекламе.	**6**
	Нейминг и его основные критерии Этапы создания имени бренда, основные правила брендирования.	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. Текущий контроль 2 (письменный опрос)	2
Текущий контроль по темам 4-7 *(устный/письменный опрос)*		
Тема №8. Шрифт в рекламе. Шрифтовая и изобразительно-шрифтовая композиция.	**Содержание учебного материала**. Классификация и виды шрифтов. Шрифт в рекламном дизайне. Шрифтовая графика. Виды шрифтовых и изобразительно-шрифтовых композиций. Принципы построения и способы сочетания шрифта с изображением. Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката и афиши.	**10**
	Классификация шрифтов. Виды шрифтов.	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах
Дизайн плаката, афиши	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
	Требования к разработке плаката и афиши. Назначение плаката, афиши	2
Тема №9. Логотип. Графический знак. Товарный знак	**Содержание учебного материала**. Назначение, типы, требования и функции логотипа. Назначение, типы, требования и функции графического знака. Назначение, типы, требования и функции товарного знака.	**6**
	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. Текущий контроль 3 (письменный опрос)	2
Тема №10. Фирменный стиль. Буклет. Этикетка. Визитная карточка.	**Содержание учебного материала**. Фирменный стиль и его составляющие. Требования к созданию и разработке фирменного стиля. Примеры брендбука. Логобук. Гайдлайн. Ритейл. Айдентика. Брендбук. Виды и дизайн буклетов. Правила оформления рекламных буклетов. Виды этикетки. Требования к созданию этикетки. Визитная карточка: история, требования к созданию.	**12**
	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. Портфолио дизайнера.	**Содержание учебного материала**. Назначение портфолио и его составляющие. Критерии оформления портфолио дизайнера.	**2**
	Назначение портфолио и его составляющие. Критерии оформления портфолио дизайнера.	2
Текущий контроль по темам 8-11 *(устный/письменный опрос)*		
	Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	**2**
	Всего в 5 семестре:	**48**
	ВСЕГО:	**70**

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	Даны полные, развернутые ответы на ВСЕ вопросы. Точное и уверенное использование профессиональной терминологии. Приведены убедительные и корректные примеры. Продемонстрировано понимание взаимосвязей между различными понятиями и процессами (например, связь рекламы с маркетингом в вопросе 4).	Контрольная работа: контрольные вопросы и тестовые задания Зачет с оценкой: Практико-ориентированные задания

	Ответы структурированы, логичны, письменная речь грамотная	
Хорошо	Даны в основном полные ответы на все вопросы. Терминология используется в целом правильно, но допущены незначительные неточности. Примеры приведены, но могут быть не самыми удачными или развернутыми. Взаимосвязи раскрыты, но не столь глубоко. Возможны несущественные ошибки или пропуски второстепенных деталей.	
Удовлетворительно	Даны краткие, но верные по сути ответы на большинство вопросов. Основные понятия раскрыты, но терминология используется с ошибками или заменяется бытовыми словами. Примеры могут отсутствовать или быть некорректными. Взаимосвязи упомянуты, но не раскрыты. Допущены фактические ошибки, но общий смысл ответа сохранен.	
Неудовлетворительно	Верные ответы менее 50% Ответы неполные, фрагментарные или отсутствуют на большинство вопросов. Грубые ошибки в использовании терминов, непонимание сути понятий. Примеры не приведены или полностью не соответствуют вопросу. Взаимосвязи не поняты и не описаны. Обнаружено списывание или ответы не по существу.	