

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

ОП.14.02

Проектирование рекламного продукта

Учебный план: №26-02-1-16

Код, наименование

специальности,

направленность: 54.02.01 Дизайн (по отраслям), Промышленная 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	46	
	Из них аудиторной нагрузки	42	
	Лекции, уроки	28	
	Практические занятия	14	
	Консультации		
	Промежуточная аттестация		
	Курсовой проект (работа)		
	Самостоятельная работа	4	
Формы промежуточной аттестации по семестрам (номер семестра)	Экзамен		
	Зачет с оценкой	5	
	Контрольная работа		
	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): Коняева А.С.

(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 01 «Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам»	историю, типологию основные вехи в развитии дизайна как визуальной части рекламных технологий, историю эволюции и развития графического дизайна в рекламе; понятие рекламного продукта, история различных видов рекламных продуктов	разбираться в особенностях и актуальных тенденциях рекламных технологий в дизайне, в том числе дизайна экранных продуктов
ПК 1.2 «Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов»	приемы работы с предпроектным этапом планирования и анализа данных для разработки рекламных цифровых и полиграфических продуктов, основные критерии успешности в интернет-маркетинге (для рекламных продуктов в сети Интернет) и механизмы выбора тех или иных форм анализа и планирования в зависимости от специфики проекта	применять на практике результаты предпроектного анализа, проводить базовые исследования по выбору оптимальных форм и стиля визуального дизайна для цифровых рекламных продуктов и рекламы в сети Интернет, определять выбор формы, конструктивных особенностей макета и стиля дизайна для полиграфических рекламных продуктов в зависимости от итогов предпроектного исследования
ПК 2.3 «Выполнять экспериментальные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете или материале в соответствии с техническим заданием (описанием)»	существующие виды и направления рекламной деятельности, особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы; виды и продукты интернет-рекламы, теоретические основы и методы проектирования в графическом, цифровом и других видах современного дизайна	грамотно строить проектную работу; проектировать основные виды рекламной продукции; работать с ассоциативным раскрытием образа, с нестандартными креативными формами в дизайне рекламных продуктов на примере буклета; разрабатывать дизайн цифровых публикаций и типовых видов рекламных продуктов в сети Интернет, опираясь на условия полученного технического задания

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. Понятие рекламного продукта и особенности дизайна рекламных продуктов	Содержание учебного материала	12
	Введение. Понятие рекламного продукта и рекламного обращения. Виды и типа рекламных продуктов. История рекламы и рекламных продуктов	4
	Особенности графического дизайна различных видов рекламных продуктов, в зависимости от их применения и восприятия. Приемы образного обобщения	4
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие №1. Создание макета постера как рекламного продукта, с раскрытием абстрактного образа средствами графического дизайна	4
Тема № 2. Виды и специфика оформления рекламных продуктов в веб-дизайне	Содержание учебного материала	8
	Организация композиционного пространства макета: доминанта, фокальные точки, принципы контраста, динамика и статика. Применение этих приемов в дизайне с рекламными целями	2
	Рекламный модуль и рекламный баннер в веб-дизайне: особенности работы с макетом рекламного экранного продукта	2
	В том числе, практических занятий	4
	Практическое занятие № 2. Разработка макета рекламного модуля для размещения в сети Интернет	2
	Практическое занятие № 3. Разработка макета рекламного баннера для размещения в сети Интернет	2
Тема № 3. Нестандартные и креативные формы в дизайне рекламных продуктов	Содержание учебного материала	14
	Креативность в рекламе: применение в дизайне рекламных продуктов. Нестандартные формы в дизайне рекламного продукта	4
	Нестандартные элементы в традиционных рекламных продуктах. Объемные элементы в рекламе. Разновидности и особенности работы	4
	Стилизация и трансформация в рекламном дизайне, дизайне экранных продуктов и в графическом дизайне. Изобразительные и дизайнерские приемы	4
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие № 4. Создание макета буклета на заданную тему с применением нестандартных форм и приемов	2
Тема № 4. Использование форм современного искусства как разновидность рекламных продуктов	Содержание учебного материала	8
	Понятие концепции как определяющее в современном искусстве и дизайне. Современное искусство, реклама и дизайн: точки соприкосновения, общие приемы и технологии	2
	Основные виды и формы арт-объектов, их применение в виде рекламных продуктов, особенности разработки и оформления. Специфика дизайна для объектов наружного размещения	2
	В том числе, практических занятий	2
	Практическое занятие № 5. Разработка макета арт-объекта на заданную тему в качестве носителя рекламного сообщения	2
	Самостоятельная работа обучающихся – подготовка материала и выполнение самостоятельных предварительных макетов в материале для разработки арт-объекта как рекламного продукта	4
Текущий контроль – проверка выполненных работ		

Промежуточная аттестация – зачет с оценкой	2
ВСЕГО по дисциплине:	46

2.2 Курсовое проектирование

Не предусмотрено

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ

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

кабинет «Дизайнерских технологий»

стол, стул преподавательский;

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

технические средства обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением (Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016, Microsoft Office);

мультимедийный проектор; экран;

информационные стенды и шкафы для хранения;

УМК и информационные материалы.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы дисциплины

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589669>

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>

б) дополнительная

1. Синяева, И. М. Организация рекламного бизнеса: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 200 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20255-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589914>

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. Сайт Русского музея: <https://rusmuseum.ru/>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Обучающийся ориентируется в теоретическом и практическом аспектах	

	дизайна рекламных продуктов, применяет на практике основные приемы композиции и образного обобщения в рекламном дизайне; демонстрирует навыки разработки дизайна рекламных макетов для экранных носителей, понимает специфику приемов этого направления в дизайне и применяет полученные знания в практической работе; уверенно применяет на практике различные приемы разработки нестандартных форм рекламных продуктов, включая объемные формы, находит новые решения и создает необычные по дизайну макеты рекламных продуктов	Просмотры выполненных творческих работ
Хорошо	Обучающийся ориентируется в теоретическом и практическом аспектах дизайна рекламных продуктов с небольшими недочетами, применяет на практике основные приемы композиции и образного обобщения в рекламном дизайне; неуверенно демонстрирует навыки разработки дизайна рекламных макетов для экранных носителей	
Удовлетворительно	Обучающийся слабо ориентируется в теоретическом и практическом аспектах дизайна рекламных продуктов, неуверенно применяет на практике основные приемы композиции и образного обобщения в рекламном дизайне; не может применить навыки разработки дизайна рекламных макетов для экранных носителей, не понимает специфику приемов этого направления в дизайне	
Неудовлетворительно	Обучающийся не ориентируется в теоретическом и практическом аспектах дизайна рекламных продуктов, не применяет на практике основные приемы композиции и образного обобщения в рекламном дизайне; не может применить навыки разработки дизайна рекламных макетов для экранных носителей, не понимает специфику приемов этого направления в дизайне	