

*Приложение V.14
к программе СПО
по профессии
54.02.01 Дизайн (по отраслям)*

Рабочая программа дисциплины

ОП.13 Дизайн и рекламные технологии.

название дисциплины

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 Дизайн и рекламные технологии

название дисциплины

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины В.08. «Дизайн и рекламные технологии» является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)» в соответствии с ФГОС СПО (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 октября 2014 г. № 1391).

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина ОП.14 «Дизайн и рекламные технологии» является вариативной дисциплиной и входит в общепрофессиональный цикл профессиональной подготовки.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины

Основная цель – способствовать формированию общих и профессиональных компетенций посредством приобретения знаний, умений и навыков.

Задачи:

1. Сформировать у студентов общее представление о содержании и особенностях задач, решаемых дисциплиной «Дизайн и рекламные технологии»
2. Познакомить с теми требованиями, которые предъявляет современный рынок к рекламистам;
3. Дать представление о рекламе как бизнес-процессе и об основных этапах этого процесса.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- проводить проектный анализ; разрабатывать концепцию проекта;
- выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта;
- выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта;
- реализовывать творческие идеи в макете;
- создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования;
- использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм;
- создавать цветовое единство в композиции по законам колористики;
- производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **знать**:

- теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне;
- законы формообразования;
- систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику);
- преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию);
- законы создания цветовой гармонии;
- технологию изготовления изделия;
- принципы и методы эргономики.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 190 часов, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 128 часов; самостоятельной работы обучающегося 62 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	128
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	128
в том числе:	
теоретические занятия	60
практические занятия	68
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	62
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	

Наименование раздела, темы	Трудоемкость				СРС
	максимальная нагрузка всего	Обязательная нагрузка		аудиторная практика	
		всего	теория		
Введение	4	4	4	-	-
Раздел 1. Развитие, цели и задачи рекламы.					
Тема 1.1. Понятие рекламы, классификация рекламы.	8	4	4	-	4
Тема 1.2. Задачи и цели рекламы.	8	4	4	-	4
Тема 1.3. Классификация рекламы: функции, цели и виды.	8	4	4	-	4
Тема 1.4. История развития рекламы.	8	4	4	-	4
Раздел 2. Психологическое воздействие рекламы.					
Тема 2.1. Рекламные коммуникации.	14	10	4	6	4
Тема 2.2. Копирайтинг.	14	10	4	6	4
Тема 2.3. Семиотический подход в рекламе.	14	10	4	6	4
Тема 2.4. Рекламное обращение: форма, содержание, структура.	14	10	4	6	4
Раздел 3. Средства распространения рекламы.					
Тема 3.1. Проектирование рекламной кампании.	14	10	4	6	4
Тема 3.2. Основные виды средств распространения рекламы.	14	10	4	6	4
Раздел 4. Композиция, текст, имидж и образ в рекламе.					
Тема 4.1. Имиджевые стратегии.	14	10	4	6	4
Тема 4.2. Креатив в рекламе.	12	8	2	6	4
Тема 4.3. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	12	8	2	6	4
Тема 4.4. Композиция и цвет в дизайне рекламы.	14	10	4	6	4
Тема 4.5. Графическая реклама.	18	12	4	8	6
Всего:	190	128	60	68	62

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.14 Дизайн и рекламные технологии

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся.	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Введение	Содержание учебного материала: Введение в предмет. Роль и место дисциплины в образовательной программе.		1
Раздел 1. Развитие, цели и задачи рекламы.			
Тема 1.1. Понятие рекламы.	Содержание учебного материала: - Реклама как элемент комплекса продвижения услуг и товаров. - Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения услуг и товаров. - Социально-психологические основы рекламной деятельности.		1
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2
Тема 1.2. Задачи и цели рекламы.	Содержание учебного материала: - Основные задачи рекламы. - Методы проработки рекламных объектов. - Основные задачи и цели рекламы. - Современная классификация рекламных агентств.		1
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2
Тема 1.3. Классификация рекламы: функции, цели и виды.	Содержание учебного материала: - Классификация рекламы. - Функции рекламы. - Цели и виды рекламы.		1
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2
Тема 1.4. История развития рекламы.	Содержание учебного материала: - Основные причины возникновения рекламы. - История развития рекламы. - <i>Становление рекламы в Западной Европе.</i> - Реклама в России и в США.		1

	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2
Раздел 2. Психологическое воздействие рекламы.			
Тема 2.1. Рекламные коммуникации.	Содержание учебного материала: - Особенности рекламной коммуникации, ее виды и формы. - Стилистика рекламы. - Выразительные средства рекламного сообщения.		1-2
	Практические занятия: - Презентация рекламной стратегии компании (по выбору студента).		2
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Тема 2.2. Копирайтинг.	Содержание учебного материала: - Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания. - Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания. - Виды анализа рекламных сообщений.		1-2
	Практические занятия: - Определить стиль и структуру рекламного текста для предоставленных преподавателем образцов. - Проанализировать содержание и оформление текста рекламного сообщения и определите элементы, нуждающиеся в корректировке, и предложите свои варианты изменений.		2-3
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		3
Тема 2.3. Семиотический подход в рекламе.	Содержание учебного материала: - Семиотика рекламы. - Семиотические модели рекламы. - Семиотический анализ рекламы.		1
	Практические занятия: - Провести семиотический анализ рекламного продукта предложенного преподавателем.		1-2
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Тема 2.4. Рекламное обращение: форма,	Содержание учебного материала: - Содержание рекламного обращения.		1-2

содержание, структура.	- Форма рекламного сообщения: тон и устойчивые стилевые решения. - Структура рекламного обращения: типы, основные элементы, принципы разработки.		
	Практические занятия: - Определить особенности формы, содержания и структуры рекламных обращений (образцы предоставляются преподавателем).		2-3
	Самостоятельная работа: Подготовить реферат. Консультации.		3
Раздел 3. Средства распространения рекламы.			
Тема 3.1. Проектирование рекламной кампании.	Содержание учебного материала: - Рекламная кампания, ее цели и целевые группы. - Разновидности рекламной кампании. - Планирование рекламной кампании. - Классификация рекламодателей. - Рекламодатели, рекламные производители и рекламные распространители. - Задачи рекламных отделов фирм. - Функции рекламодателя.		1-2
	Практические занятия: - Составить рекламную программу предприятия.		2-3
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Тема 3.2. Основные виды средств распространения рекламы.	Содержание учебного материала: - Телевизионная реклама. - Радио реклама. - Реклама в прессе. - Преимущества и недостатки теле/радио/наружной/в прессе/директ-мейл рекламы.		1-2
	Практические занятия: Проанализировать образцы рекламы (теле/радио/наружной/в прессе/директ-мейл) с целью определения соответствия особенностям разработки рекламы для данного медиа носителя (из предоставленных образцов преподавателем).		2-3
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Раздел 4. Композиция, текст, имидж и образ в рекламе.			

Тема 4.1. Имиджевые стратегии.	Содержание учебного материала: - Определение фирменного стиля. - Требования к фирменному стилю. - Основные элементы фирменного комплекса: товарный знак, бренд и брендинг.		1-2
	Практические занятия: Выявление и изучение особенностей композиционного, цветового, иллюстративного решения фирменного стиля компаний предоставляемых услуги и товары различной направленности.		2-3
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Тема 4.2. Креатив в рекламе.	Содержание учебного материала: - Понятие креатива в рекламе. - Базовые модели организации творческого процесса. - Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа. Технология работы по его реализации.		1-2
	Практические занятия: - Составить креативный бриф для разработки рекламной кампании конкретной торговой марки/предприятия.		2-3
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Тема 4.3. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	Содержание учебного материала: - Полиграфия: основные понятия. - Основные стадии производства полиграфической продукции. - Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.		1-2
	Практические занятия: - Определите характер изображений, предоставленных преподавателем. - Определите формулу цвета, формат и вид для образцов рекламной полиграфической продукции, предоставленных преподавателем.		2-3
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Тема 4.4. Композиция и цвет в дизайне рекламы.	Содержание учебного материала: - Цвет в рекламе. - Композиция рекламы.		1-2

	- Рекламная иллюстрация и видеоряд.		
	Самостоятельная работа: Индивидуальное домашнее задание. Консультации.		2-3
Тема 4.5. Графическая реклама.	Содержание учебного материала: - Рекламный текст. - Заголовки. - Модульная система проектирования. - Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. - Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие.		1-2
	Практические занятия: - Баланс черного, серого и белого пространств. - Работа с фигурой и фоном - Доминанта композиции. - Способы выделения элементов.		2-3
	Самостоятельная работа: Создание рекламного плаката.		2-3
Всего:		190	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета материаловедения.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места обучающихся, рабочее место преподавателя, шкаф для хранения, книги, альбомы.

Технические средства обучения: персональный компьютер (рабочее место преподавателя); мультимедийный проектор и экран, компьютерная техника для обучающихся с наличием лицензионного программного обеспечения; МФУ, электронные ресурсы библиотеки.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Дмитриева Л. Дизайн в культурном пространстве: Учебное пособие / Дмитриева Л.М., Балюта П.А. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 152 с. [<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=895800>]
2. Овчинникова Р. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 "Дизайн", 032401 "Реклама" / Овчинникова Р.Ю.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. [<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=872607>]
3. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 176 с.
4. Жданова, Н.С. Основы дизайна и проектно-графического моделирования: учебное пособие / Н.С. Жданова. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 197 с.
5. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/430788>

Дополнительные источники:

1. Головки С. Дизайн деловых периодических изданий [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С. Б. Головки. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 423 с. [<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=390993>]
2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальностям 350700 "Реклама" и 230500 "Соц.-культур. сервис и туризм" Учебное пособие / Морган Н., Причард А., Еремина Б.Л. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с. [<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=882439>]
3. Мудров А. Реклама: глубинные смыслы / А.Н. Мудров - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 101 с. [<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=510844>]
4. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.:Дело АНХ, 2016. - 520 с. [<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=634963>]

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции; - составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации; - анализировать различные виды рекламной продукции; - ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; - выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов; - разрабатывать колористическое решение рекламного продукта. 	<p>Оценка защиты самостоятельной работы. Конспекты лекций по пройденным темам. Мониторинг умений в процессе проведения занятий и итоговый контроль в форме экзамена.</p>
<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цели, задачи и средства рекламной деятельности; - способы и методы организации рекламной деятельности на предприятии; - законодательные акты и нормативные документы в области рекламы; - основные виды рекламы; - выразительные средства рекламы. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении текущего (оперативного) контроля, устного опроса. Анализ и оценка выполнения индивидуальных и самостоятельных заданий, самостоятельных, практических и, домашних работ.</p>

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
<p>5.2.1. Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов промышленной продукции, предметно-пространственных комплексов.</p>		

ПК 1.2 Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.	- демонстрация умения осуществления процесса дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.	- экспертная оценка устного опроса, выполнения самостоятельной и практической работы.
ПК 1.4. Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта.	- демонстрация навыков разработки эскизного ряда с поиском наиболее удачного цветового решения; - обоснование правильности выбора колористического решения.	- экспертная оценка выполнения самостоятельной и практической работы.
ПК 2.2 Выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале.	- демонстрация навыков работы по выполнению эталонных образцов, отдельных элементов в макете и материале.	- экспертная оценка выполнения самостоятельной и практической работы.

6. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

6.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

В процессе обучения используются активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий):

- лекции, беседы, фронтальные опросы, презентации и защита мини-проектов;
- организация «мозгового штурма», управляемой дискуссии, работы в малых группах;
- кейс-стади (разбор конкретных ситуаций);
- организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности (индивидуальные домашние задания).
- самостоятельное формирование карты отделочных материалов для интерьера соответствующих индивидуальному заданию с использованием методических материалов.

Разработчик:

Вершинина Наталья Павловна, член Союза Дизайнеров России, преподаватель.

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность