Частное профессиональное образовательное учреждение
«Колледж дизайна, сервиса и права»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.11 Дизайн и рекламные технологии

2021г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) базовой подготовки, учебного плана специальности. Является частью ППССЗ образовательного учреждения.

Организация-разработчик: ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

Разработчик:
Самусева Е.В., преподаватель ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права»

РАССМОТРЕНО
на заседании кафедры
«Дизайн, стиль и искусство фотографии»
Протокол №1 от «14» октября 2021 г.

© ЧПОУ «Колледж дизайна, сервиса и права», 2021г.

© Самусева Е.В.., 2021г.

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	**4**
2.	**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	**5**
3.	**УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	**10**
4.	**КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	**12**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.11 Дизайн и рекламные технологии

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена образовательного учреждения в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) базовой подготовки.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена: дисциплина введена в профессиональный учебный цикл специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) за счет часов вариативной части ФГОС СПО как общепрофессиональная дисциплина.

1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь	**знать**	**Коды формируемых компетенций (ПК, ОК) и личностных результатов реализации программы воспитания (ЛР)**
– использовать основные принципы рекламного дизайна при разработке рекламных кампаний в различных СМИ; – подбирать необходимую колористическую и шрифтовую схемы рекламного дизайна для визуальных рекламных средств; – осуществлять вёрстку рекламного текста с использованием специфических для рекламы визуально-графических технологий; – разрабатывать идеи дизайна конкретных полиграфических и виртуальных рекламных продуктов, используемых в качестве инструментов рекламного воздействия.	– специфику рекламного дизайна в основных рекламно-коммуникационных каналах; – особенности использования различных технологий рекламного дизайна.	**ПК 1.3, 2.2, 2.3** **ОК 1- 9** **ОК 1:** ЛР1, ЛР4, ЛР6, ЛР15 **ОК 2:** ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5 **ОК 3**: ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР9 **ОК 4:** ЛР2 **ОК 5:** ЛР4, ЛР10 **ОК 6:** ЛР2, ЛР7, ЛР8, ЛР11, ЛР13 **ОК 7:** ЛР2, ЛР7, ЛР13 **ОК 8:** ЛР2, ЛР7 **ОК 9:** ЛР10, ЛР15 **ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР8, ЛР9, ЛР10, ЛР11, ЛР13, ЛР15**

Программа учебной дисциплины способствует формированию и развитию общих и профессиональных компетенций на основе применения активных и интерактивных форм проведения занятий:

Формы / Методы	Лекции, уроки (час.)	Практические занятия (час.)	Всего (час.)
Проблемная лекция	4		4
Лекция-презентация	6		6
Метод проекта	2	4	6
Исследовательский /поисковый метод		4	4
Всего:	**12**	**8**	**20**

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальной учебной нагрузки обучающегося, в том числе:	54
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося	36
самостоятельной работы обучающегося	18

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объём учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем часов***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	***54***
в том числе в форме практической подготовки	*28*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	***36***
в том числе:	
практические занятия	*8*
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	***18***
в том числе:	
работа с учебной литературой, Интернет-ресурсами, конспектами	*4*
творческие задания	*11*
подготовка сообщений	*3*
Промежуточная аттестация форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.11 Дизайн и рекламные технологии

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*	Объем часов / в. т.ч. в форме практической подготовки		Уровень освоения	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*
Раздел 1. Общее понятие о рекламном дизайне		***9***	***6***		
Тема 1.1 Понятие и роль рекламы на товарном рынке	**Содержание учебного материала**	***3***	*2*	*2*	
	Канал распространения информации на рынке и предпосылка обратной связи с ним. Разнообразие форм рекламы. Традиционное назначение рекламы – обеспечение сбыта товаров и прибыли рекламодателю. Средства современной рекламы и их характеристика.	*2*	*2*		**ПК 2.2 ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР8, ЛР9, ЛР10, ЛР11, ЛР13, ЛР15**
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с учебной литературой, Интернет-ресурсами, конспектами	*1*	-		
Тема 1.2 Виды и функции рекламы	**Содержание учебного материала**	***3***	***2***	*2*	
	Виды, контролирующая и корректирующая функции рекламы. От информационной функции – к коммуникационной. Применение анкет, опросов, как способ контроля и коррекции продвижения товара на рынок. Инструменты маркетинговой коммуникации.	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Составление анкеты по продаже сотового телефона.	*1*	-		
Тема 1.3 Задачи рекламы	**Содержание учебного материала**	***3***	***2***	*2*	
	Задачи рекламы: информативная, увещевательная, напоминающая.	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка плаката информативной, убеждающей (увещевательной) и напоминающей рекламы.	*1*	-		
Раздел 2. История и теория рекламной деятельности		***6***	***2***		
Тема 2.1 История возникновения рекламы	**Содержание учебного материала**	***3***	-	*2*	
	История возникновения рекламы и основные исторические этапы её развития. Находки древних вывесок на территории стран Средиземноморья. Римские традиции росписи стен объявлениями. Клеймо ремесленников – как разновидность рекламы и предшественник товарного знака. Изобретение Гутенбергом печатного станка – поворотный пункт в истории рекламы. Появление первых печатных объявлений. Расцвет рекламы в Соединенных Штатах.	*2*	-		**ОК 1- 9 ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР8, ЛР9, ЛР10, ЛР11, ЛР13, ЛР15**
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка сообщения: «Древние формы рекламной деятельности», «Средневековый этап развития рекламы», «Возникновение и развитие рекламной индустрии» *(по выбору).*	*1*	-		
Тема 2.2 Сущность	**Содержание учебного материала**	***3***	***2***	*2*	
	Сущность рекламного процесса: Рекламодатель – рекламное агентство – средства распространения	*2*	*2*		

рекламного процесса	– потребитель. Рекламные агентства, структура и функции. Содержание договора между рекламодателем и рекламным агентством.				
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка сообщения: «Тенденции развития современной рекламы».	*1*	-		
Раздел 3. Копирайт		***3***	-		
Тема 3.1 Копирайт	**Содержание учебного материала**	***3***	-	*2*	
	Понятие и действие копирайта. Индустрия копирайта. Регистрация и защита авторского права. Срок действия авторских прав (ГК РФ).	*2*	-		**ОК 1- 9** **ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР8, ЛР9, ЛР10, ЛР11, ЛР13, ЛР15**
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка сообщения: «История авторского права в средние века», «История авторского права в новое время», «История авторского права в XX веке», «История авторского права в XXI веке» *(по выбору).*	*1*	-		
Раздел 4. Креатив и проблемы визуализации		***18***	***10***		
Тема 4.1. Творчество в маркетинге и рекламе	**Содержание учебного материала**	***6***	***2***	*2*	
	Творчество в маркетинге и рекламе. Понятие рекламного креатива. Двойственность рекламы. Реклама как объект творчества и инструмент продаж. Изобретательские задачи в маркетинге и рекламе.	*2*	-		**ПК 2.2, 2.3** **ОК 1- 9** **ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР8, ЛР9, ЛР10, ЛР11, ЛР13, ЛР15**
	Практическое занятие **Ознакомление с принципами проектирования коммерческой визуально-графической коммуникации.** Изучение комплекса требований и этапов разработки рекламного образа и проектированию рекламной графического продукта: Понятие рекламного креатива. Генерация нового в маркетинге и рекламе. Примеры удачных и неудачных рекламных решений. Ошибки при решении рекламных задач. Понятие банальной и сильной идеи. Понятия «креативность», «творчество», «изобретательство». Роль творческого мышления и воображения в процессе поиска новых идей. Понятие «парадоксальная логика».	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Творческое задание: «Оформление вербальной части рекламного обращения».	*2*	-		
Тема 4.2. Креативные методы в рекламной деятельности	**Содержание учебного материала**	***6***	***4***	*2*	
	Креативные методы как средство генерации новых идей и решения творческих задач в рекламной деятельности. Классификация и характеристика креативных методов. Методы активизации творческого мышления методы систематизированного поиска идей, методы управляемого поиска идей.	*2*	*2*		
	Практическое занятие **Использование креативных методов для создания и презентации рекламы**: слогана, заголовка и изображения, рекламного текста, радиорекламы, телерекламы, Использование креативных методов для создания иных видов рекламы как элементов рекламной компании: визиток, выставочных материалов, каталогов, листовок, материалов для пресс-конференций, постеров, прейскурантов, упаковок и этикеток, сувениров статей и промышленного дизайна.	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Творческое задание: «Формирование территориального бренда».	*2*	-		
Тема 4.3.	**Содержание учебного материала**	***6***	***4***	*2*	

Визуализация	Визуализация бренда: развернутое описание целевой группы; описание конкурентов; сжатое изложение маркетинговой концепции бренда (позиционирование, рациональные и эмоциональные преимущества); описание характера бренда. Сущность и содержание задач современного дизайна. Проектирование и создание визуальных сообщений.	*2*	*2*		
	Практическое занятие **Разработка видов рекламных компаний:** Иркутский регион и использование его специфический особенностей при проведении рекламных компаний. Акции и розыгрыши среди потребителей, как форма дополнительной стимуляции покупательской активности. Политическая реклама. Особенности проведения политических рекламных компаний. Социальная реклама.	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Творческое задание: «Конкретизация визуальной региональной рекламной продукции» *(собрать подборку образцов наиболее удачных примеров рекламной графики Иркутска или другого города).*	*2*	*-*		
Раздел 5. Графический дизайн и его место в рекламе		***13***	***8***		
Тема 5.1 Графический дизайн в рекламе	**Содержание учебного материала**	***6***	***4***	*2*	
	Графический дизайн - как основной инструмент рекламы. Содержание, выразительные средства и приемы в рекламной графике. Фото графика как выразительное средство визуальной рекламы. Типографика в графическом дизайне рекламного продукта. Компьютерные средства выразительности и приемы формообразования рекламной графики.	*2*	*2*		**ПК 1.3** **ПК 2.2, 2.3** **ОК 1- 9** **ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР8, ЛР9, ЛР10, ЛР11, ЛР13, ЛР15**
	Практическое занятие **Разработка товарных знаков, фирменного стиля**; использование креативных решений для дизайнерских задач путем композиционных вариаций (в т. ч. графическая композиция, рекламная композиция, цветоведение).	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Работа с учебной литературой, Интернет-ресурсами, конспектами	*2*	*-*		
Тема 5.2 Проектирование информации средствами дизайна	**Содержание учебного материала**	***4***	***2***	*2*	
	Методы проектирования средствами дизайна. Ознакомление с принципами проектирования коммерческой визуально-графической коммуникации. Изучение комплекса требований и этапов разработки рекламного образа и проектированию рекламной графического продукта. Композиционные схемы. Пространство. Ритм. Линии как объекты. Типы баланса в графическом дизайне – использование каждого типа в рекламе. Направленность взгляда – правила. Смысловые и механические факторы. Правила передачи движения. Правила передачи покоя. Иллюстрации в рекламе, – какие должны быть? Место, размер иллюстрации в объявлении. Диагонали чтения. Выбор рекламной иллюстрации для различных задач. Преимущества и особенности рекламы в журналах. Принципы композиционного размещения. Подбор фотоизображений.	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Творческое задание: «Разработка шрифтового плаката».	*2*	*-*		

Тема 5.3. Информационная дизайн – технология	**Содержание учебного материала**	***3***	***2***	*2*	
	Компьютерная графика. Техническое и программное обеспечение. Средства и методы дизайн – технологии. Технические средства компьютерной графики.	*2*	*2*		
	Самостоятельная работа обучающихся Творческое задание: «Разработка баннера».	*1*	-		
Раздел 6 Методы оценки эффективности рекламного продукта		***5***	***2***		
Тема 6.1. Основные методы исследования эффективности рекламы	**Содержание учебного материала**	***3***	***2***	*2*	
	Основные методы исследования эффективности рекламы. Фокусирование интервью в группе – один из методов сбора и анализа информации.	*2*	*2*		**ПК 2.2, 2.3** **ОК 1- 9** **ЛР1, ЛР2, ЛР4, ЛР5, ЛР6, ЛР7, ЛР8, ЛР9, ЛР10, ЛР11, ЛР13, ЛР15**
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к дифференцированному зачету. Работа с конспектами.	*1*	-		
	Дифференцированный зачет	***2***	-		
	Всего:	***54***	***28***		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины предполагает наличие учебного кабинета дизайна, лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование учебного кабинета дизайна:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории компьютерного дизайна:

- ПК по количеству обучающихся;
- мультимедийное оборудование (экран, проектор, компьютер или ноутбук);
- принтер цветной лазерный;
- выход в Интернет.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — URL : https://urait.ru/bcode/456737

Дополнительные источники:

1. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475881

2. Аниськина, Н.В. Модели анализа рекламного текста : учебное пособие [Текст] / Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. – М. : ФОРУМ : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 304с.

3. Журнал «Реклама. Теория и практика».

4. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473722

5. Одегов, Ю. Г. Эргономика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Г. Одегов, В. Н. Сидорова, М. Н. Кулапов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 157 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02611-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471041

6. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования : учеб. пособие [Текст] / Р.Ю. Овчинникова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 271с.

7. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475061

8. Панкина, М. В. Экологический дизайн : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. В. Панкина, С. В. Захарова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09157-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475062

9. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475682

10. Трофимов, А.Н. Фирменный стиль и корпоративный дизайн : учебник / Трофимов А.Н. — Москва : КноРус, 2021. — 366 с. — ISBN 978-5-406-08347-5. — URL: https://book.ru/book/940955— Текст : электронный.

11. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 110 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — URL : https://urait.ru/bcode/456748

Интернет-ресурсы:

1. Дизайн и рекламные технологии. Учебное пособие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://knigogid.ru/books/1137696-dizayn-i-reklamnye-tehnologii-uchebnoe-posobie, свободный.

2. Рекламные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bookash.pro/ru/, свободный.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, внеаудиторной самостоятельной работы.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Уметь:	
- использовать основные принципы рекламного дизайна при разработке рекламных компаний в различных СМИ; - подбирать необходимую колористическую и шрифтовую схемы рекламного дизайна для визуальных рекламных средств; - осуществлять вёрстку рекламного текста с использованием специфических для рекламы визуально-графических технологий; - разрабатывать идеи дизайна конкретных полиграфических и виртуальных рекламных продуктов, используемых в качестве инструментов рекламного воздействия.	Наблюдение за деятельностью на практических занятиях. Оценка результата деятельности. Оценка сообщений**.** Оценка выполнения творческих заданий.
Знать:	
- специфику рекламного дизайна в основных рекламно-коммуникационных каналах; - особенности использования различных технологий рекламного дизайна.	Устный опрос, оценка защиты индивидуальных заданий.