ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сведения о сертификате ЭП
Сертификат: 1ea208e57bd5c15d3d0fdd330db1ae60
Владелец: Соколов Максим Александрович
Действителен: с 06.08.2026 по 30.10.2027

УТВЕРЖДЕНО:
Педагогическим советом Колледжа
ФГБОУ ВО «РГУТИС»
Протокол № 4 от «17» января 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.В.03. Дизайн и рекламные технологии

основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности: ***54.02.01 Дизайн (по отраслям)***

Квалификация: ***дизайнер***

год начала подготовки: 2025

Разработчики:

должность	ученая степень и звание, ФИО
преподаватель	***Гайнулина М.Р.***

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ППССЗ:

должность	ученая степень и звание, ФИО
Руководитель ОПОП 54.02.01.Дизайн (по отраслям)	***Кириченко А.А.***

СОДЕРЖАНИЕ

1 Общая характеристика рабочей программы дисциплины

2 Структура и содержание учебной дисциплины

3 Методические указания по проведению практических занятий/лабораторных работ/семинаров, занятий в форме практической подготовки (при наличии), и самостоятельной работе

4 Фонд оценочных средств дисциплины

5 Условия реализации программы дисциплины

6 Информационное обеспечение реализации программы

1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ «Дизайн и рекламные технологии»

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Рабочая программа учебной дисциплины является вариативной частью общепрофессионального цикла программы подготовки специалистов среднего звена основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК: ОК 01, ОК 02, ОК 09.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 09 ПК.4.2	решать стандартные задачи профессиональной деятельности в согласии с принципами дизайна и маркетинга; - применять информационно-коммуникационные технологии; - обосновать свои предложения при разработке проектной идеи; - анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта	основы информационной и библиографической культуры; - основные требования информационной безопасности при разработке проекта; - способы внедрения дизайн-концепции в рекламное пространство; - основные способы брендирования продукции

2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем часов***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	60
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	44
в том числе:	
лекции	20
практические занятия	22
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	4
Формы промежуточной аттестации Консультация Экзамен	 2 12

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Дизайн и рекламные технологи

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)** *(если предусмотрены)*	**Объем часов**		**Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы**
1	**2**	**3**		**4**
Раздел 1. Введение Маркетинговая концепция бренда	Содержание учебного материала	**теория**	**практика**	ОК 01 ОК 02 ОК 09 ПК 4.2
	1. История и теория рекламной деятельности**.** Назначение рекламы .Понятие и роль рекламы на товарном рынке. Разнообразие форм рекламы. Каналы распространения информации на рынке.	4	2	
	2. Функции рекламы. Применение анкет, опросов, как способ контроля и коррекции продвижения товара на рынке	2	2	
	3.Задачи рекламы. Сущность рекламного процесса, копирайт и фокус-группы.		2	
Раздел 2. Введение в рекламные технологии в дизайне	Содержание учебного материала			
	1. Методы активации творческого мышления. Креативные методы.	2	2	
Раздел 3. Информационные дизайн технологии и проектирование	Содержание учебного материала			ОК 01 ОК 02 ОК 09 ПК 4.2
	1.Объекты дизайна как часть рекламной кампании	2	2	
	2. . Графическая композиция, рекламная композиция. Фирменные цвета, фирменные шрифты	2	2	
	3. Рекламное пространство. Типы баланса в графическом дизайне. Ритм. Направленность взгляда – правила. Смысловые и механические факторы.. Основные композиционные правила в рекламных источниках..	4	2	
	Самостоятельная работа Визуализация. Проектирование и создание визуальных сообщений. Выполнение эскизов	2		
Раздел 4. Информационные дизайн-технологии и визуализация	Содержание учебного материала			
	1. Визуализация. Проектирование и создание визуальных сообщений. Выполнение эскизов	2	4	
	2. Выполнение в материале (компьютерная визуализация)	2	4	
	Самостоятельная работа Выполнение в материале (компьютерная визуализация)	2		
	Лекции 20		**22**	

	Практические занятия 22 Самостоятельная работа студента 4 Консультации 2 Экзамен 12	**20**		
	Итого:	**60**		

3. Методические указания по проведению практических занятий/лабораторных работ/семинаров, занятий в форме практической подготовки (при наличии), и самостоятельной работе

Практическая работа заключается в выполнении студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий, направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии». Практические занятия подразумевают приобретение опыта и навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий в виде обсуждения вопросов, выносимых на дискуссию, а также занятий учебных аудиториях под руководством преподавателя. Выполнение **практической** работы студенты производят в виде дискуссий, а также творческих эскизов, проектов и визуализации. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, для экспертной оценки, в виде экзамена.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональные компетентности обучающихся. Основой практикума выступают типовые задания, которые должен уметь выполнить студент специальности дизайн.

3.1. Тематика и содержание практических занятий/лабораторных работ/ семинаров

Тематика практических занятий соответствует рабочей программе дисциплины «Дизайн и рекламные технологии».

Практическое занятие 1.

Тема и содержание занятия: Контролирующая и корректирующая функция рекламы. Информационная функция; коммуникационная функция. Применение анкет, опросов, как способ контроля и коррекции продвижения товара на рынке

Цель занятия: углубление и расширение знаний, совершенствование умений и навыков.

Практические навыки: составление терминологического словаря

Практическое занятие 2.

Вид практического занятия: обсуждение вопросов, выносимых на дискуссию

Тема и содержание занятия: Сущность рекламного процесса. Рекламодатель – рекламное агентство – средства распространения – потребитель. Основные функции рекламодателя для создания визуальных сообщений.

Цель занятия: углубление и расширение знаний, совершенствование умений и навыков.

Практические навыки: разработка анкеты для проведения опроса

Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: обсуждение вопросов, выносимых на дискуссию

Тема и содержание занятия: Потребители. Конкуренты. Примеры удачных и неудачных рекламных решений. Ошибки при решении рекламных задач. Выбор темы (для практической работы). Брендинг

Цель занятия: углубление и расширение знаний, совершенствование умений и навыков.

Практические навыки: описание характера бренда

Практическое занятие 4.

Вид практического занятия: обсуждение вопросов, выносимых на дискуссию

Тема и содержание занятия: Элементы рекламной компании: визитки, выставочные материалы, каталоги, листовки, материалы для пресс-конференций, постеры, прейскуранты, упаковка и этикетки, сувенирная продукция, рекламные плакаты для презентации созданного рекламного продукта. Композиционные схемы.

Цель занятия: углубление и расширение знаний, совершенствование умений и навыков.

Практические навыки: собирать и анализировать материал, пользуясь разнообразными источниками информации, связно и логично излагать свои мысли, отстаивать свою точку зрения.

Практическое занятие 5.

Вид практического занятия: обсуждение вопросов, выносимых на дискуссию

Тема и содержание занятия: Рекламное пространство. Линии, пятно, точка. Типы баланса в графическом дизайне. Ритм. Направленность взгляда – правила. Смысловые и механические факторы.

Цель занятия: Проектирование и создание визуальных сообщений.

Практические навыки: Проектирование и создание визуальных сообщений.

Практическое занятие 6.

Вид практического занятия: обсуждение вопросов, выносимых на дискуссию

Тема и содержание занятия: Принципы композиционного размещения. Подбор фотоизображений.

Цель занятия: Проектирование и создание визуальных сообщений.

Практические навыки: Проектирование и создание визуальных сообщений.

Практическое занятие 7.

Вид практического занятия: практическая работа

Тема и содержание занятия: Визуализация. Проектирование и создание визуальных сообщений. Эскизирование. Выполнение в материале (компьютерная графика).

Цель занятия: Проектирование и создание визуальных сообщений.

Практические навыки: Проектирование и создание визуальных сообщений.

Интерактивные практические занятия

Интерактивные практические занятия.

В процессе преподавания дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» применяются интерактивные практические занятия. В соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки студентов-дизайнеров реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий. В рамках учебного курса дисциплины «Рисунок с основами перспективы» предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Интерактивные практические занятия способствуют вовлечению студентов в активный творческий процесс получения и переработки знаний. В процессе изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» широко используется практическая работа в группе, разработка совместного проекта экспозиции.

3.2. Тематика и содержание самостоятельной работы

Вид работы	**Содержание (Перечень вопросов)**	**Рекомендации**
Раздел 3. Информационные дизайн технологии и визуализация	Визуализация. Проектирование и создание визуальных сообщений. Выполнение эскизов	Продолжение эскизного ряда, доработка итогового эскиза, подготовка к цифровому варианту
Раздел 4. Понятие шрифтового знака. Анатомия шрифтовой формы и способы воспроизведения шрифта	Выполнение в материале (компьютерная визуализация)	Продолжение и завершение компьютерной визуализации. Проведение рендеринга.

4. Фонд оценочных средств дисциплины

4.1. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Формы промежуточной аттестации по семестрам:

№ семестра	Форма контроля
7	*Экзамен*

В результате промежуточной аттестации по учебной дисциплине осуществляется комплексная проверка:
1) следующих умений и знаний:

Результаты обучения: умения, знания и общие/профессиональные компетенции	**Показатели оценки результата**	**Форма контроля и оценивания**
Уметь:		
решать стандартные задачи профессиональной деятельности в согласии с принципами дизайна и маркетинга;	Умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности в согласии с принципами дизайна и маркетинга.	*Для текущего контроля:* Работа на лекциях, Выполнение практических заданий семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся. *Для аттестации:* Экзамен (7 семестр)
применять информационно-	Умеет применять информационно-	

коммуникационные технологии	коммуникационные технологии	
обосновать свои предложения при разработке проектной идеи;	Умеет обосновать свои предложения при разработке проектной идеи;	
Знать:		
основы информационной и библиографической культуры;	Знает основы информационной и библиографической культуры	*Для текущего контроля:* Работа на лекциях, Выполнение практических заданий, семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся. *Для аттестации:* Экзамен (7 семестр)
основные требования информационной безопасности при разработке проекта; способы внедрения дизайн-концепции в рекламное пространство;	Знает основные требования информационной безопасности при разработке проекта Знает способы внедрения дизайн-концепции в рекламное пространство	
основные способы брендирования продукции	Знает основные способы брендирования продукции	

Формируемые компетенции

Код формируемой компетенции	Наименование компетенции	Формы и методы контроля и оценки освоения результатов обучения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	*Для текущего контроля:* Работа на лекциях, Выполнение практических заданий, семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся. *Для аттестации:* Экзамен (7 семестр)
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	
ОК 09	Пользоваться профессиональной	

	документацией на государственном и иностранном языках	
ПК 4.2	Составлять конкретные технические задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт	

4.2. Методика применения контрольно-измерительных материалов

Контроль знаний обучающихся включает:

Текущий контроль в форме тестирования, индивидуальных заданий, заданий в виде контрольного опроса.

Промежуточную аттестацию в форме экзамена

4.3. Контрольно-измерительные материалы включают:

4.3.1. Типовые задания для оценки знаний и умений текущего контроля

Контроль и оценка результатов освоения тем осуществляется преподавателем в процессе выполнения обучающимися индивидуальных заданий в виде тестового контроля, индивидуальных заданий, заданий в виде контрольного опроса**.**

Типовые контрольные задания для практических занятий в 7 семестре

Контрольные вопросы

1.Бриф.

2.Элементы рекламной компании: каталоги, листовки, материалы для пресс-конференций, прейскуранты, упаковка и этикетки, сувенирная продукция, рекламные плакаты для презентации. (на выбор).

3.Решение общей концепции рекламных модулей.

4.Реклама в журналах.

5.Проектирование и создание визуальных сообщений. Выполнение рекламных объектов.

Тест

1. **По характеру подачи материала реклама может быть …**

А) жесткой и мягкой

Б) прямой, косвенной и скрытой

В) рациональной и эмоциональной

2. **Рекламная информация играла роль простого сообщения о чем-либо вплоть до …, после чего начался качественный скачок в развитии рекламы: появились рекламные агенты и рекламные агентства**

А) начала XX в.

Б) конца XIX в.

В) начала XIX в.

3. **При … рекламной информации исключительно важная роль принадлежит формированию перцептивного образа, который оказывает (или не оказывает) самое существенное воздействие на поведение покупателя**

А) восприятии

Б) представлении

В) ощущении

4. **Неверно, что к основным характеристикам рекламы в Интернете относится …**

А) высокая стоимость

Б) интерактивность

В) всеохватность

5. **Неверно, что одной из основных целей рекламы является …**

А) формирование у потребителя негативного отношения к фирмам-конкурентам

Б) стимулирование сбыта товара, услуги

В) напоминание потребителю о фирме и ее товарах

6. **Фирменный … представляет собой комбинацию товарного знака, фирменных шрифта, цвета, полного наименования предприятия, его почтовых и банковских реквизитов**

А) блок

Б) стиль в широком смысле

В) стиль в узком смысле

7… буквы на белом фоне – одно из лучших цветовых сочетаний фона и шрифта

А) Зеленые

Б) Черные

В) Серые

8. **Целью … розничной рекламы является стимулирование краткосрочных продаж и усиление образа торговой марки**

А) напоминающей

Б) сувенирной

В) совместной

9. Имидж продукта подразумевает …

А) перечисление конкретных характеристик продукта и главных преимуществ использования данного товара с точки зрения потребителя

Б) выбор ключевых моментов, которые убедят каждого покупателя в превосходстве и полезности товара

В) определение мнения потребителя о продукте на настоящий момент и в перспективе

10. В … в Германии Иоганн Гуттенберг изобрел первый печатный станок, позволивший быстро и качественно тиражировать рекламные объявления

А) 1450 г.

Б) 1477 г.

В) 1625 г.

4.3.2. Типовые задания для оценки знаний и умений промежуточной аттестации

Экзамен проводится в форме экзаменационного просмотра практических заданий, выполненных на практических занятиях

4.4. Критерии и показатели оценивания

Для текущего контроля

Для текущего контроля

Оценка	Форма контроля	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	Контрольные вопросы тестирование	полнота и правильность ответа, степень осознанности, понимания изученного материала, четкость и верность выполнения	ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, работа носит самостоятельный характер.
«4»	Контрольные вопросы тестирование	полнота и правильность ответа, степень осознанности, понимания изученного материала, четкость и верность выполнения.	ответ полный и правильный на основании изученных теорий; материал изложен в определенной логической последовательности, работа носит самостоятельный характер, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя.
«3»	Контрольные	полнота и	ответ полный, но при этом допущены

	вопросы тестирование	правильность ответа, степень осознанности, понимания изученного материала, четкость и верность выполнения	существенные ошибки, или неполный, несвязный.
«2»	Контрольные вопросы тестирование	полнота и правильность ответа, степень осознанности, понимания изученного материала, четкость и верность выполнения	при ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания учебного материала или допущены существенные ошибки, которые студент не смог исправить при наводящих вопросах преподавателя.

Критерии оценки тестовых заданий
Результаты оцениваются следующим образом: «неудовлетворительно» - < 50 % правильных ответов; «удовлетворительно» - 50-69 % правильных ответов; «хорошо» - 69-85 % правильных ответов; «отлично» - > 85 % правильных ответов

Для промежуточной аттестации

Оценка	**Форма контроля**	**Критерии оценивания**	**Показатели оценивания**
«5»	просмотр работ, выполненных на практических занятиях	полнота и правильность выполнения работы	Работа выполнена полностью и правильно; сделаны правильные выводы. Верно выполнены все задания, работа отвечает предъявляемым требованиям
«4»	просмотр работ, выполненных на практических занятиях	полнота и правильность выполнения работы	Работа выполнена правильно с учетом несущественных ошибок Выполнены не все задания, но работа отвечает предъявляемым требованиям
«3»	просмотр работ, выполненных на практических занятиях	полнота и правильность выполнения работы	Работа выполнена правильно, но допущены существенные ошибки Верно выполнена часть задания
«2»	просмотр работ, выполненных	полнота и правильность выполнения	Верно выполнено менее 50 % заданий

	на практических занятиях	работы	

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения: «мастерская дизайна», оснащенный оборудованием: компьютеры; графические планшеты; плоттер широкоформатный; лазерный принтер; 3D-принтер; мультимедийный проектор; экран; стол, стул преподавателя; стол, стул ученический (по кол-ву студентов в группе); шкафы; стеллажи для материалов и проектов.

6.Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

6.1. Основные печатные издания

1. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии : учебное пособие / О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2026. - 176 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-009262-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2224459

6.2. Дополнительные источники

Сутуга, О. Н., Информационный дизайн и медиа : учебник / О. Н. Сутуга. — Москва : КноРус, 2025. — 290 с. — ISBN 978-5-406-14503-6. — URL: https://book.ru/book/957284

Периодические издания

1. Дизайн. Материалы. Технологии
2. Эстетика: Вчера. Сегодня. Всегда
3. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук