



УТВЕРЖДЕНО:

Педагогическим советом Колледжа
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
<i>преподаватель</i>	<i>Гайнулина М.Р.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ППСЗ:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Руководитель ОПОП 54.02.01.Дизайн (по отраслям)</i>	<i>Кириченко А.А.</i>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 2

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 примерной основной 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 брендинга 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	2
Экзамен	12

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Дизайн и компьютерные технологии

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
		теория	практика	
1	2	3	4	
Раздел 1. Введение Маркетинговая концепция бренда	Содержание учебного материала			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	
Раздел 4. Информационные дизайн-технологии и визуализация	Содержание учебного материала			
	1. Визуализация.	2	4	
	Проектирование и создание визуальных сообщений. Выполнение эскизов			
	2. Выполнение в материале (компьютерная визуализация)	2	4	
	Лекции 20 Практические занятия 22 Самостоятельная работа студента 4 Консультации 2 Экзамен 12	20	22	
	Итого:	60		

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		<i>Лист 5</i>



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.	<i>Для текущего контроля:</i> Работа на лекциях, Выполнение практических заданий семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся. <i>Для аттестации:</i> Экзамен (7 семестр)
применять информационно-коммуникационные	Умеет применять информационно-коммуникационные	

технологии	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	<i>Для текущего контроля:</i> Работа на лекциях, Выполнение практических заданий, семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся. <i>Для аттестации:</i> 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 брендинга продукции	Знает основные способы брендинга 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;	<i>Для текущего контроля:</i> Работа на лекциях, Выполнение практических заданий, семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся. <i>Для аттестации:</i> 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 2.1	Разрабатывать технологическую карту изготовления изделия;	
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.

4.3.2. Типовые задания для оценки знаний и умений промежуточной аттестации

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

Типовые контрольные задания для практических занятий в 7 семестре

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.

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, 2024. — 176 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2117171>

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