



**УТВЕРЖДЕНО:**  
Педагогическим советом Колледжа  
Протокол № 5 от «17» января 2023 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: 2023*

**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<br/>54.02.01.Дизайн (по отраслям)</i> | <i>Козьмодемьянская Е.И.</i> |



## **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 обязательной частью вариативного 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<br>ПК, ОК, ЛР   | Умения  | Знания   |
|---|---|--|
| ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 09<br>ПК.4.2<br>ЛР 4, ЛР 13,<br>ЛР 17, ЛР 21 | решать стандартные задачи профессиональной деятельности в согласии с принципами дизайна и маркетинга;<br>- применять информационно-коммуникационные технологии;<br>- обосновать свои предложения при разработке проектной идеи;<br>- анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта | основы информационной и библиографической культуры;<br>- основные требования информационной безопасности при разработке проекта;<br>- способы внедрения дизайн-концепции в рекламное пространство;<br>- основные способы брендинга продукции |

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

| Вид учебной работы                                      | Объем часов |
|---|-------------|
| <b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>            | 60          |
| <b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b> | 44          |
| в том числе:  |             |
| лекции  | 20          |
| практические занятия                                    | 22          |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>      | 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 |           | Формируемые компетенции  |
|--|---|-------------|-----------|--|
| 1  | 2   | 3           |           | 4  |
|  |   | теория      | практика  |  |
| Раздел 1.<br>Введение<br>Маркетинговая концепция<br>бренда     | <p>Содержание учебного материала</p> <p>1. История и теория рекламной деятельности. Назначение рекламы. Понятие и роль рекламы на товарном рынке. Разнообразие форм рекламы. Каналы распространения информации на рынке.</p> <p>2. Функции рекламы. Применение анкет, опросов, как способ контроля и коррекции продвижения товара на рынке</p> <p>3. Задачи рекламы. Сущность рекламного процесса, копирайт и фокус-группы.</p> | 4           | 2         | ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 09<br>ПК 4.2<br>ЛР-4<br>ЛР-13<br>ЛР-17<br>ЛР-21 |
| Раздел 2.<br>Введение в рекламные технологии в дизайне         | <p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Методы активации творческого мышления. Креативные методы.</p>  | 2           | 2         |  |
| Раздел 3.<br>Информационные дизайн технологии и проектирование | <p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Объекты дизайна как часть рекламной кампании</p> <p>2. Графическая композиция, рекламная композиция. Фирменные цвета, фирменные шрифты</p> <p>3. Рекламное пространство. Типы баланса в графическом дизайне. Ритм. Направленность взгляда – правила. Смысловые и механические факторы. Основные композиционные правила в рекламных источниках.</p>                                   | 2           | 2         |  |
| Раздел 4.<br>Информационные дизайн-технологии и визуализация   | <p>Содержание учебного материала</p> <p>1. Визуализация. Проектирование и создание визуальных сообщений. Выполнение эскизов</p> <p>2. Выполнение в материале (компьютерная визуализация)</p>  | 2           | 4         |  |
|  | <p>Лекции 20<br/>Практические занятия 22<br/>Самостоятельная работа студента 2<br/>Консультации 4<br/>Экзамен 12</p>  | 20          | 22        |  |
| <b>Итого:</b>  |   | <b>60</b>   | <b>60</b> |  |



### **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<br>(Перечень вопросов)   | Рекомендации  |
|---|---|---|
| Раздел 3. Информационные дизайн технологии и визуализация                                     | Визуализация.<br>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:<br>умения, знания и общие/профессиональные компетенции  | Показатели оценки результата  | Форма контроля и оценивания  |
|--|---|--|
| <b>Уметь:</b><br>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><br>Работа на лекциях,<br>Выполнение практических заданий семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся.<br><i>Для аттестации:</i><br>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;  |   |
| <b>Знать:</b>   |   |   |
| основы информационной и библиографической культуры;   | Знает основы информационной и библиографической культуры  | <i>Для текущего контроля:</i><br>Работа на лекциях,<br>Выполнение практических заданий, семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся.<br><i>Для аттестации:</i><br>Экзамен (7 семестр) |
| основные требования информационной безопасности при разработке проекта;<br><br>способы внедрения дизайн-концепции в рекламное пространство; | Знает основные требования информационной безопасности при разработке проекта<br><br>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><br>Работа на лекциях,<br>Выполнение практических заданий, семинары. Оценка самостоятельной работы обучающихся.<br><i>Для аттестации:</i><br>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: «Кабинет дизайнера», 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. Дизайн и компьютерные технологии.- Ткаченко О.А. Москва .-Магистр, М. 2019 Текст: электронный. URL: <https://znanium.com/read?id=330335>.

### **6.2. Дополнительные источники**

1. Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028594>

### **Периодические издания**

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