



УТВЕРЖДЕНО:  
Педагогическим советом Колледжа  
ФГБОУ ВО «РГУТИС»  
Протокол № 3 от «14» ноября 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: 2022*

**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>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 ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ОК 01 ОК 02 ОК 09 ПК.4.2 ЛР 4, ЛР 13, ЛР 17, ЛР 21	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
<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. Введение Маркетинговая концепция бренда	Содержание учебного материала 1. История и теория рекламной деятельности. Назначение рекламы .Понятие и роль рекламы на товарном рынке. Разнообразие форм рекламы. Каналы распространения информации на рынке. 2. Функции рекламы. Применение анкет, опросов, как способ контроля и коррекции продвижения товара на рынке 3.Задачи рекламы. Сущность рекламного процесса, копирайт и фокус-группы.	4	2	ОК 01 ОК 02 ОК 09 ПК 4.2 ЛР-4 ЛР-13 ЛР-17 ЛР-21
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 1.Объекты дизайна как часть рекламной кампании 2. . Графическая композиция, рекламная композиция. Фирменные цвета, фирменные шрифты 3. Рекламное пространство. Типы баланса в графическом дизайне. Ритм. Направленность взгляда – правила. Смысловые и механические факторы.. Основные композиционные правила в рекламных источниках..	2	2	
Раздел 4. Информационные дизайн-технологии и визуализация	Содержание учебного материала 1. Визуализация. Проектирование и создание визуальных сообщений. Выполнение эскизов 2. Выполнение в материале (компьютерная визуализация)	2	4	ОК 01 ОК 02 ОК 09 ПК 4.2 ЛР-4 ЛР-13, ЛР-17 ЛР-21
	Лекции 20 Практические занятия 22 Самостоятельная работа студента 2 Консультации 4 Экзамен 12	20	22	
<b>Итого:</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 (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
<b>Уметь:</b> 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;	
<b>Знать:</b>		
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: «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