Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.10.2023 10:31:38
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

Частное образовательное учреждение высшего образования
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»
(ЧОУВО МИДиС)

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-проектной работе
_____ Н.А. Попова
«29» мая 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.10 ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Специальность:
54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Направленность:
Дизайн интерьера

Профиль подготовки:
Гуманитарный

Квалификация выпускника:
Дизайнер

Срок освоения программы:
3 года 10 месяцев

Год набора
2020

Челябинск 2023

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.10 Дизайн и рекламные технологии разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 27.10.2014 № 1391.

Автор-составитель: Одношовина Ю.В.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна, рисунка и живописи.

Протокол № 10 от 29.05.2023 г.

Заведующий кафедрой дизайна, рисунка и живописи Ю.В. Одношовина

Содержание

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины ОП.10 Дизайн и рекламные технологии 3
2. Структура и содержание учебной дисциплины 5
3. Условия реализации учебной дисциплины 9
4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины 12

1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины ОП.10 Дизайн и рекламные технологии

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалиста среднего звена) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы (программы подготовки специалистов среднего звена)

Общепрофессиональная дисциплина профессионального учебного цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины ОП.10 Дизайн и рекламные технологии обучающийся должен

уметь:

- оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;
- анализировать, опираясь на теоретическую базу, практическую деятельность в сфере рекламы;
- решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»;
- выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности;
- выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в рекламе;
- ориентироваться в терминах и определениях.

знать:

- определения, виды и цели рекламы, средства распространения рекламы;
- сущность формирования ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару;
- особенности современного рынка рекламы;
- виды и специфику производства рекламы;
- особенности, достоинства и недостатки рекламы в прессе, радио, наружной и почтовой рекламы;
- понятие и роль художественного образа в рекламе;
- особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей.

Перечень формируемых компетенций:

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):
ПК 2.1. Применять материалы с учетом их формообразующих свойств.
ПК 2.2. Выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале.
ПК 2.3. Разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологии изготовления, выполнять технические чертежи.
ПК 2.4. Разрабатывать технологическую карту изготовления изделия.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальная учебная нагрузка обучающегося 54 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 36 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 18 часов.

2. Структура и содержание учебной дисциплины

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**54**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**36**
в том числе:	-
лекционные занятия	18
практические занятия	18
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**18**
в том числе:	-
подготовка презентации	8
творческая работа с использованием метода проектов	10
Промежуточная аттестация в форме	Дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.10 Дизайн и рекламные технологии

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения*	Осваиваемые элементы компетенций
1	2	3	4	5
	8 семестр			
Тема 1. Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»	**Содержание учебного материала**	1	1	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5.
	1. Понятийно-терминологический аппарат. Дизайн как компоновочная деятельность. Особенности профессионального менталитета дизайнера. Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы. Реклама как социально-экономическое явление. Графический дизайн. Место графического дизайна в рекламе.			
Тема 2. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.	**Содержание учебного материала**	2	2	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5.
	1. Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств.			
	Практические занятия обучающихся:	2		
	Анализ позиционирования товара в рекламе. Результаты оформляются в виде презентации			
	Самостоятельная работа обучающихся:	2		
	Подготовка презентации по теме: Влияние позиционирования на продвижение товара			
Тема 3. Механизмы воздействия рекламного образа.	**Содержание учебного материала**	1	2	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5.
	1. Особенности восприятия рекламы.			
	Практическая работа обучающихся:	2		
	Исследование на тему: «Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов».			
	Самостоятельная работа обучающихся:	2		
	Подготовка презентации по теме: Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов. Оформление исследования.			
Тема 4. Имажитивная реклама.	**Содержание учебного материала**	2	2	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 8. ОК 9.
	1. Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту			
	Практические занятия обучающихся:	2		
	Анализ имажитивной рекламы. Механизм разработки. Творческое задание на тему: «Имажитивная реклама»			
	Самостоятельная работа обучающихся:	2		
	Творческое задание: Разработка имажитивной рекламы по заданной теме. Оформление в виде графических листов.			

Тема 5. Креативная реклама.	**Содержание учебного материала**	2	2	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 8. ОК 9.
	1. Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность (учебное исследование)			
	Практические занятия обучающихся:	2		
	Исследование на тему: Анализ креативной рекламы. Творческое задание: разработка концепта методом проекта.			
	Самостоятельная работа обучающихся:	2		
	Творческое задание: Разработка креативной рекламы по заданной теме. Оформление в виде графических листов.			
Тема 6. Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Законы гармоничной композиции.	**Содержание учебного материала**	2	3	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5. ОК 8.
	1. Влияние физиологических факторов на композицию рекламы. Способы воздействия рекламных средств. Ассоциативность и образность в рекламе. Основное средство выражения художественного образа – форма. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном.			
	Практические занятия обучающихся:	2		
	Анализ контраста, нюанса, статики и динамики в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Баланс черного, серого и белого пространств. Работа с фигурой и фоном. Оформление в виде графических листов с презентацией.			
	Самостоятельная работа обучающихся:	4		
	Подготовка презентации по теме. Анализ способов воздействия рекламных средств на потребителя рекламы. Анализ законов композиции в рекламе. Подготовка презентации по теме			
Тема 7. Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	**Содержание учебного материала**	2	2	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5. ОК 8. ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3. ПК 2.4.
	1. Способы описания цвета и цветовые модели. Психологический эффект цвета в рекламе. Восприятие цвета. Национальные и культурные особенности восприятия цвета.			
	Практические занятия обучающихся:	2		
	Анализ цвета в рекламе, методом проекта. Разработка мудборда по заданной теме. Разработка творческого задания на тему: «Цвет в рекламе»			
	Самостоятельная работа обучающихся:	2		
	Творческое задание: Разработка рекламы продукта по заданной теме с учетом цветовых предпочтений потребителя. Оформление в виде графических листов.			
Тема 8. Конструктивная структура рекламы.	**Содержание учебного материала**	2	1	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5.
	1. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.			

	Практические занятия обучающихся:	2		ОК 8. ПК 2.3.
	Способы выделения элементов. Выполнение творческого задания на тему: «Конструктивная структура рекламы»			
	Самостоятельная работа обучающихся:	2		
	Творческое задание: Конструктивная структура рекламы .Подготовка графических листов на заданную тему			
Тема 9. Печатная реклама и ее элементы. Реклама в Интернете.	**Содержание учебного материала**	2	1	ОК 1. ОК 2. ОК 4. ОК 5.
	1. Вербальные и визуальные элементы печатной рекламы. Заголовки. Рекламный текст. Правила создания эффективного текста. Работа с иллюстрациями. 2. Цели и задачи, классификация рекламы в интернете. Основные виды рекламных носителей. Задачи дизайнера и основные приемы создания эффективной рекламы в сети.			
Тема 10. Особенности дизайна наружной рекламы. Брендинг и реклама.	**Содержание учебного материала**	2	3	ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3. ПК 2.4.
	1. Требования к максимальным размерам композиции. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Световая реклама, принципы ее проектирования. 2. Определение и создание бренда. Поиск рекламной идеи для разработки бренда. Этапы формирования рекламной стратегии на различных стадиях существования бренда. Фирменный стиль в узком и широком смысле слова. Принципы разработки рекламных кампаний.			
	Практические занятия обучающихся:	4		
	Графическая разработка вариантов рекламы для выбранной фирмы, с предложениями по продвижению продукта методом проекта. Оформление в виде графических листов и доклада.			
	Самостоятельная работа обучающихся:	2		
	1. Творческое задание: Принципы разработки рекламных кампаний. Оформление в виде графических листов.			
	Всего	**54**		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1 уровень - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2 уровень - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, по инструкции или под руководством);
3 уровень - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. Условия реализации учебной дисциплины

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины ОП.10 Дизайн и рекламные технологии требует наличия лаборатории компьютерного дизайна.

Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПин 2.4.2 № 178-02).

№ п/п	Наименование оборудованных учебных аудиторий для практических занятий, лабораторий, мастерских	Перечень материального оснащения, оборудования и технических средств обучения
1.	Лаборатория компьютерного дизайна	Лаборатория компьютерного дизайна 332 (Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) *Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:* Компьютер Плазменная панель Стол компьютерный Стулья Стол преподавателя Стул преподавателя Доска магнитно-маркерная Доска для объявлений Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС, с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».. *Программное обеспечение* 1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) Mozilla Firefox Adobe Reader Eset NOD32 Windows 10 Adobe Illustrator Adobe InDesign Adobe Photoshop ARCHICAD 24 Blender DragonBonesPro Krita PureRef ZBrush 2021 FL Microsoft Office 2016 На первых 4 + преподавательский САПР Грация САПР Assyst
2.	Библиотека Читальный зал	Библиотека. Читальный зал с выходом в Интернет № 122 Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер

		Сканер Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный **Условия для лиц с ОВЗ:** Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ Линза Френеля Специальная парта для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата Клавиатура с нанесением шрифта Брайля Компьютер с программным обеспечением для лиц с ОВЗ Световые маяки на дверях библиотеки Тактильные указатели направления движения Тактильные указатели выхода из помещения Контрастное выделение проемов входов и выходов из помещения Табличка с наименованием библиотеки, выполненная шрифтом Брайля Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду МИДиС с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет». *Программное обеспечение* 1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) Mozilla Firefox Adobe Reader ESET Endpoint Antivirus Microsoft™ Windows® 10 (DreamSpark Premium Electronic Software Delivery id700549166) Microsoft™ Office® Google Chrome «Балаболка» NVDA.RU «Гарант аэро» КонсультантПлюс

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения учебной дисциплины

Основная литература:

1. Графический дизайн. Современные концепции [Текст]: учебник / отв. ред. Е.Э. Павловская. - 2-е изд, перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2017. - 183с.
2. Ковешникова, Н.А. Дизай: история и теория [Текст] / Н.А.Ковешникова. - 2-е изд. - М.: ОМЕГА-Л, 2017. - 224с.: ил.
3.Поляков, В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст]: учеб. и практикум / В.А.Поляков, А.А.Романов. - М.: Юрайт, 2016. - 502с.: 16л.ил.
4.Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика [Текст]: учебник/ Л.Н.Федотова. - М.: Юрайт, 2017. - 391с.

5. Хеллер, С. IDEA BOOK. Графический дизайн [Текст] / С.Хеллер, Г.Андерсон. - СПб: Питер, 2017. - 120с.: ил.

Дополнительная литература:

1. Анатомия рекламного образа. Фирменный стиль, технология брендинга, звуковые средства [Текст]: курс лекций / под ред.А.В.Овруцкого. - СПб.: 2004. - 224 с.
2. Дэбнер, Дэвид Школа графического дизайна [Текст]: принципы и практика графического дизайна / Д.Дэбнер; пер.с англ. - М.: Рипол классик, 2009. - 192с.
3. Меркулова, Л.А. Пропедевтика. Общая композиция [Текст]: учебник / Л.А.Меркулова, М.Е.Ёлочкин. - М.: Академия, 2016. - 205с.: ил
4. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для спо / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466183 (дата обращения: 22.05.2020).

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Графический дизайн. Современные концепции: учебн. пособие / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2020. — 119 с. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454541 (дата обращения: 22.05.2020).
2. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для спо/ С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450914 (дата обращения: 22.05.2020).
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для спо / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456737 (дата обращения: 22.05.2020).
4. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник / Л. Н. Федотова. — Москва: Юрайт, 2020. — 391 с. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450406 (дата обращения: 22.05.2020).

Журналы:

Архитектура, Строительство,
Дизайн
Identity: branding and design journal
Index Desingn
Index Desingn: знаки, логотипы
Index Desingn: фирменный стиль
Как: журнал о мировом дизайне

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины

Для выполнения заданий, предусмотренных рабочей программой используются рекомендованные Интернет-сайты, ЭБС.

Электронные образовательные ресурсы

1. eLIBRARY.RU: Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elibrary.ru
2. ЭБС ЮРАЙТ - Режим доступа: https: //biblio-online.ru
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» - Режим доступа: http://znanium.com
4. Статьи о рекламе www.advertology.ru
5. Ресурс о рекламе https://www.advesti.ru/
6. Теория, практика дизайна www.rosdesign.com

7. Российский дизайнерский форум www.deforum.ru
8. Журнал о графическом дизайне https://kak.ru/
9. Журнал «Вещь» https://rusavangard.ru/online/history/veshch-zhurnal/

Интерактивные формы проведения занятий

В целях реализации компетентностного подхода для обеспечения качественного образовательного процесса применяются формы проведения занятий:

Интерактивные формы проведения занятий (в часах)

Вид / Форма	Лекционные занятия	Практические занятия	Всего
Творческое задание	-	6	6
Учебное исследование	2	-	2
Итого интерактивных занятий	2	6	8 часов, что составляет 22,2 % от аудиторных занятий

4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и выполнения обучающимися индивидуальных заданий, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
уметь: - оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных; - анализировать, опираясь на теоретическую базу, практическую деятельность в сфере рекламы; - решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»; - выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности; - выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в рекламе; - ориентироваться в терминах и определениях.	*Текущий контроль*: Оценка по практическим и самостоятельным видам работ – защита презентаций, заслушивание докладов, проверка творческих работ *Промежуточный контроль:* Дифференцированный зачет (Комбинированная проверка знаний в виде презентации оформленных графических листов и доклада)
знать: - определения, виды и цели рекламы, средства распространения рекламы; - сущность формирования ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару; - особенности современного рынка рекламы; - виды и специфику производства рекламы; - особенности, достоинства и недостатки рекламы в прессе, радио, наружной и почтовой рекламы; - понятие и роль художественного образа в рекламе; - особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей.	*Текущий контроль:* Оценка по практическим и самостоятельным видам работ – защита презентаций, заслушивание докладов, проверка творческих работ *Промежуточный контроль:* Дифференцированный зачет (комбинированная проверка знаний в виде презентации оформленных графических листов и доклада)