

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 07.08.2024 15:50:54  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

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

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА  
ОПЦ.10 ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Специальность: 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Направленность (профиль): Дизайн интерьера

Квалификация выпускника: Дизайнер

Уровень базового образования, обучающегося: Основное общее образование

Форма обучения: Очная

Год набора: 2022

Рабочая программа учебного предмета ОПЦ.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 23.11.2020 № 658.

Автор-составитель: Одношовина Ю.В.

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

Протокол № 9 от 22.04.2024 г.

Заведующий кафедрой дизайна, рисунка и живописи

Ю.В. Одношовина

## Содержание

1. Паспорт рабочей программы учебного предмета ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии	3
2. Структура и содержание учебного предмета .....	6
3. Условия реализации учебного предмета .....	10
4. Контроль и оценка результатов освоения учебного предмета .....	13

# 1. Паспорт рабочей программы учебного предмета

## ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебного предмета 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 учебного предмета в структуре основной профессиональной образовательной программы (программы подготовки специалистов среднего звена)

Общепрофессиональный цикл.

### 1.3. Требования к результатам освоения предмета:

В результате освоения предмета ОПЦ.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 предмета «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. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

*Профессиональные компетенции (ПК):*

ПК 2.1. Разрабатывать технологическую карту изготовления изделия.

ПК 2.2. Выполнять технические чертежи.

ПК 2.3. Выполнять экспериментальные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете или материале в соответствии с техническим заданием (описанием).

ПК 2.5. Разрабатывать эталон (макет в масштабе) изделия.

**Личностные результаты реализации программы воспитания**

<b>Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)</b>	<b>Код личностных результатов реализации программы воспитания</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей	<b>ЛР 13</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации</b>	
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 16</b>
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 17</b>
Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	<b>ЛР 18</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями</b>	
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	<b>ЛР 19</b>
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	<b>ЛР 21</b>
Активно применять полученные знания на практике.	<b>ЛР 22</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса</b>	
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	<b>ЛР 23</b>
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	<b>ЛР 24</b>
Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается.	<b>ЛР 25</b>

**1.4. Количество часов на освоение программы предмета:**

максимальная учебная нагрузка обучающегося 30 часов, в т.ч.:

- обязательная аудиторная нагрузка обучающегося 24 часа,
- промежуточная аттестация 6 часов.

## 2. Структура и содержание учебного предмета

### 2.1. Объем учебного предмета и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>30</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<b>24</b>
в том числе:	-
лекционные занятия	12
практические занятия	12
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>6</b>
Промежуточная аттестация в форме	Зачет с оценкой

## 2.2. Тематический план и содержание учебного предмета ОПЦ.10 Дизайн и рекламные технологии

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы	Объем часов	Уровень освоения*	Осваиваемые элементы компетенций
1	2	3	4	5
<b>8 семестр</b>				
<b>Тема 1.</b> Введение. Предмет и метод, задачи курса «Дизайн и рекламные технологии»	<b>Содержание учебного материала</b>	1	1	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	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.			
<b>Тема 2.</b> Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Психологические особенности и тип личности заказчика. Социально-психологические основы эффективной рекламы. Психологическое воздействие рекламы. Позиционирование как формула успеха. Психотехнологии рекламных средств.			
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	1		
	Анализ позиционирования товара в рекламе. Результаты оформляются в виде презентации			
<b>Тема 3.</b> Механизмы воздействия рекламного образа.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Особенности восприятия рекламы.			
	<b>Практическая работа обучающихся:</b>	1		
	Исследование на тему: «Анализ механизма воздействия рекламного образа на потребителя средствами композиционных приемов».			
<b>Тема 4.</b> Имажитивная реклама.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Использование эмоционального контекста в рекламе. Феномен имажитивной рекламы. Создание имажитивной рекламы. Подходы к эмоциональному контексту			
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2		
	Анализ имажитивной рекламы. Механизм разработки. Творческое задание на тему: «Имажитивная реклама»			
<b>Тема 5.</b> Креативная реклама.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Креативное мышление в рекламе. Нестандартные рекламные носители. Методы, помогающие развить креативность (учебное исследование)			
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2		
	Исследование на тему: Анализ креативной рекламы. Творческое задание: разработка концепта методом проекта.			

<b>Тема 6.</b> Универсальные законы восприятия композиции рекламы. Законы гармоничной композиции.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	3	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	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.			
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2		
<b>Тема 7.</b> Цвет и цветовые гармонии в рекламе.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	2	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	1. Способы описания цвета и цветовые модели. Психологический эффект цвета в рекламе. Восприятие цвета. Национальные и культурные особенности восприятия цвета.			
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	1		
<b>Тема 8.</b> Конструктивная структура рекламы.	<b>Содержание учебного материала</b>	1	1	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	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.			
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	1		
<b>Тема 9.</b> Печатная реклама и ее элементы. Реклама в Интернете.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	1	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	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.			
<b>Тема 10.</b> Особенности дизайна наружной рекламы. Брендинг и реклама.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	3	ОК 1-6, 9 ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.5 ЛР 13, 16-19, 21-25
	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.			
	<b>Практические занятия обучающихся:</b>	2		
	Графическая разработка вариантов рекламы для выбранной фирмы, с предложениями по продвижению продукта методом проекта. Оформление в виде графических листов и доклада.			
Экзамен		6		
	Всего	<b>30</b>		

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 учебного предмета

#### 3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация учебного предмета ОПЦ.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	<p><b>Лаборатория компьютерного дизайна 332</b> (Аудитория для проведения занятий всех видов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации) <i>Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:</i> 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». <i>Программное обеспечение:</i> С: 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</p>
2.	Библиотека Читальный зал	<p><b>Библиотека. Читальный зал с выходом в Интернет № 122</b> Автоматизированные рабочие места библиотекарей Автоматизированные рабочие места для читателей Принтер Сканер</p>

		<p>Стеллажи для книг Кафедра Выставочный стеллаж Каталожный шкаф Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы) Стенд информационный <b>Условия для лиц с ОВЗ:</b> 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».</p> <p><i>Программное обеспечение</i> 1С: Предприятие. Комплект для высших и средних учебных заведений (1С – 8985755) Mozilla Firefox Adobe Reader ESET Endpoint Antivirus Microsoft™ Office® Google Chrome «Гарант аэро» КонсультантПлюс</p>
--	--	---

### 3.2. Информационное обеспечение обучения

#### Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения учебного предмета

##### Печатные издания

1. Графический дизайн. Современные концепции [Текст]: учебник / отв. ред. Е.Э. Павловская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2019. - 183с.
2. Ковешникова, Н.А. История дизайна [Текст] : учеб. пособие / Н.А.Ковешникова. - 5 изд. - М. : Омега-Л, 2019. - 256 с. : ил. - (Университетская библиотека).
3. Поляков, В.А. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст]: учеб. и практикум / В.А.Поляков, А.А.Романов. - М.: Юрайт, 2019. - 502с.: 16л.ил.
4. Федотова, Л.Н. Реклама: теория и практика [Текст]: учебник/ Л.Н.Федотова. - М.: Юрайт, 2019. - 391с.
5. Хеллер, С. IDEA BOOK. Графический дизайн [Текст] / С.Хеллер, Г.Андерсон. - СПб: Питер, 2019. - 120с. : ил.

**Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО/ С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 17.04.2024).
2. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для СПО/ Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред.Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2024. — 119 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный// Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541560> (дата обращения: 17.04.2024).
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО/ В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937> (дата обращения: 17.04.2024).
4. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Юрайт, 2023. — 449 с. — (Высшее образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531437> (дата обращения: 17.04.2024).

**Дополнительные источники (при необходимости)**

1. Меркулова, Л.А. Пропедевтика. Общая композиция [Текст]: учебник / Л.А.Меркулова, М.Е.Ёлочкин. - М.: Академия, 2019. - 205с.: ил
2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО/ И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 17.04.2024).

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебного предмета**

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://urait.ru>
3. ЭБС «ZNANIUM.COM» - Режим доступа: <http://znanium.com>
4. Статьи о рекламе [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
5. Ресурс о рекламе <https://www.advesti.ru/>
6. Теория, практика дизайна [www.rosdesign.com](http://www.rosdesign.com)
7. Российский дизайнерский форум [www.deforum.ru](http://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)**

Форма \ Вид	Лекционные занятия	Практические занятия	Всего
Творческое задание	-	4	4
Учебное исследование	1	-	1
Итого интерактивных занятий	1	4	5 часов, что составляет 20,8 % от аудиторных занятий

#### 4. Контроль и оценка результатов освоения учебного предмета

Контроль и оценка результатов освоения учебного предмета 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
<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать рекламу, используя в качестве инструментария художественно-выразительные средства, с помощью определенной системы критериев – содержательных и формальных;</li> <li>- анализировать, опираясь на теоретическую базу, практическую деятельность в сфере рекламы;</li> <li>- решать проектно-художественные задачи, опираясь на знания, приобретенные в процессе изучения предмета «Дизайн и рекламные технологии»;</li> <li>- выражать и обосновывать свои позиции по вопросам, касающимся дизайна реклама и рекламной деятельности;</li> <li>- выявлять технические, стилистические и идеологические особенности графического дизайна в рекламе;</li> <li>- ориентироваться в терминах и определениях.</li> </ul>	<p><i>Текущий контроль:</i> Оценка по практическим и самостоятельным видам работ – защита презентаций, проверка творческих работ</p> <p><i>Промежуточный контроль:</i> Зачет (Комбинированная проверка знаний в виде презентации оформленных графических листов и доклада)</p>
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения, виды и цели рекламы, средства распространения рекламы;</li> <li>- сущность формирования ассоциативных связей и лояльности к фирме или товару;</li> <li>- особенности современного рынка рекламы;</li> <li>- виды и специфику производства рекламы;</li> <li>- особенности, достоинства и недостатки рекламы в прессе, радио, наружной и почтовой рекламы;</li> <li>- понятие и роль художественного образа в рекламе;</li> <li>- особенности восприятия рекламы различными категориями потребителей.</li> </ul>	<p><i>Текущий контроль:</i> Оценка по практическим и самостоятельным видам работ – защита презентаций, заслушивание докладов, проверка творческих работ</p> <p><i>Промежуточный контроль:</i> Зачет (комбинированная проверка знаний в виде презентации оформленных графических листов и доклада)</p>