СОЧИНСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»

Отделение среднего профессионального образования

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петенко Александр Тимофеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 23.03.2020
Уникальный программный ключ:
28acbc88a6d3ce11b5b992501f9a43df0be7b81d

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

"Дизайн и рекламные технологии"

(наименование дисциплины)

Освоение учебной дисциплины ведется в рамках реализации основной образовательной программы среднего профессионального образования (ОП СПО):

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

(код и наименование специальности/профессии ОП СПО)

Квалификация:

Дизайнер

(наименование квалификации)

Сочи,
2020 г.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.13 Дизайн и рекламные технологии

название дисциплины

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины ОП.13 Дизайн и рекламные технологии является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС "Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 ДИЗАЙН (в художественном проектировании, моделировании и оформлении игрушки) (приказ Минобрнауки России от 27.10.2014 г. № 1391)"

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.

Учебная дисциплина ОП.13 Дизайн и рекламные технологии входит в общепрофесиональный цикл профессиональной подготовки.

1.3. Цели и задачи – требования к результатам освоения учебной дисциплины.

Основная цель – способствовать формированию общих и профессиональных компетенций посредством приобретения знаний, умений и навыков.
Задачи: сформировать у студентов общее представление о содержании и особенностях задач, решаемых дисциплиной «Дизайн и рекламные технологии»; познакомить с теми требованиями, которые предъявляет современный рынок к рекламистам; дать представление о рекламе как бизнес-процессе и об основных этапах этого процесса.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен знать:
теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне; законы формообразования; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); законы создания цветовой гармонии; технологию изготовления изделия; принципы и методы эргономики.
В результате освоения учебной дисциплины студент должен уметь:
проводить проектный анализ; разрабатывать концепцию проекта; выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; реализовывать творческие идеи в макете; создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создавать цветовое единство в композиции по законам колористики; производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования;
В результате освоения учебной дисциплины студент должен иметь навыки и (или) опыт деятельности:

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной дисциплины:

Объем программы 190 часов, в том числе:
аудиторной учебной нагрузки обучающегося 128 часов;
самостоятельной работы обучающегося 62 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1. Виды учебной работы по периодам освоения ООП СПО для формы обучения - очная.

Вид учебной работы	Всего, ак. ч.	Семестр(-ы)					
		7	8				
Контактная (аудиторная) работа (всего)	128	0	128				
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
лекции (если предусмотрено)	60	-	60				
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
лабораторные занятия (если предусмотрено)	-	-	-				
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
практические занятия (если предусмотрено)	68	-	68				
в том числе в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	62	-	62				
в том числе:	-	-	-	-	-	-	-
в форме практической подготовки (если предусмотрено)	-	-	-				
Часов на контроль:	-	-	-				
Промежуточная аттестация в форме: (зачет/дифзачет/ экзамен)	-	Др	Эк				
Общая трудоемкость час	190	-	190				

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.13 Дизайн и рекламные технологии

Таблица 2. Содержание дисциплины/МДК по видам учебной работы

НАИМЕНОВАНИЕ РАЗДЕЛА ДИСЦИПЛИНЫ Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*	Кол-во часов
Раздел 1. Развитие, цели и задачи рекламы.	**36**	
Тема 1. Введение	Лек	2
Тема 2. Понятие рекламы.	Лек	2
Тема 3. Реклама как элемент продвижения услуг и товаров.	Лек	2
Тема 3. Реклама как элемент продвижения услуг и товаров.	Пр	2
Связь рекламы с другими элементами комплекса продвижения услуг и товаров.		
Тема 4. Задачи и цели рекламы.	Лек	2
Тема 5. Классификация рекламных агентств.	Лек	2
Тема 5. Классификация рекламных агентств.	Пр	2
Методы проработки рекламных объектов.		
Тема 6. Классификация рекламы.	Лек	2
Тема 7. Цели рекламы.	Лек	2
Тема 7. Цели рекламы.	Пр	2
Функции рекламы.		
Тема 8. Виды рекламы.	Лек	2
Тема 9. Функции рекламы.	Лек	4

Тема 9. Функции рекламы.	Пр	2
Основные причины возникновения рекламы.		
Самостоятельная работа	СР	8
Раздел 2. Психологическое воздействие рекламы.	**38**	
Тема 1. Рекламные коммуникации.	Лек	2
Тема 2. Стилистика рекламы.	Лек	2
Тема 2. Стилистика рекламы.	Пр	2
Выразительные средства рекламного сообщения.		
Тема 3. Копирайтинг.	Лек	2
Тема 4. Рекламный текст, его цели, задачи, виды.	Лек	2
Тема 4. Рекламный текст, его цели, задачи, виды.	Пр	2
Виды анализа рекламных сообщений.		
Тема 5. Семиотический подход в рекламе.	Пр	2
Тема 6. Семиотические модели рекламы.	Лек	2
Тема 6. Семиотические модели рекламы.	Пр	2
Семиотический анализ рекламы.		
Тема 7. Рекламное обращение.	Лек	2
Рекламное обращение: форма, содержание, структура.		
Тема 8. Структура рекламного обращения.	Лек	2
Тема 8. Структура рекламного обращения.	Пр	2
Основные элементы, типы, принципы разработки.		
Самостоятельная работа	СР	14
Раздел 3. Средства распространения рекламы.	**34**	
Тема 1. Рекламная кампания, её цели и целевые группы.	Лек	2
Тема 2. Проектирование рекламной кампании.	Лек	2
Тема 2. Проектирование рекламной кампании.	Пр	2
Рекламодатели, рекламные производители и рекламные распространители.		
Тема 3. Основные виды средств распространения рекламы.	Лек	2
Тема 4. Преимущества и недостатки видов рекламы.	Лек	2
Тема 4. Преимущества и недостатки видов рекламы.	Пр	8
Анализ преимуществ и недостатков теле/радио/наружной/в прессе/директ-мейл рекламы.		
Самостоятельная работа	СР	16
Раздел 4. Композиция, текст, имидж и образ в рекламе.	**80**	
Тема 1. Имиджевые стратегии.	Лек	2
Тема 2. Определение фирменного стиля.	Лек	2
Тема 1. Имиджевые стратегии.	Пр	4
Составляющие элементы имиджа компании.		
Тема 2. Определение фирменного стиля.	Пр	4
Требования к фирменному стилю.		
Тема 3. Креатив в рекламе.	Лек	2
Тема 4. Базовые модели организации творческого процесса.	Лек	2
Тема 3. Креатив в рекламе.	Пр	4
Креативный бриф.		
Тема 4. Базовые модели организации творческого процесса.	Пр	4
Технологии по реализации брифа.		
Тема 5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	Лек	2
Тема 5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	Пр	8
Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.		
Тема 6. Композиция в дизайне рекламы.	Лек	2
Тема 7. Цвет в дизайне рекламы.	Лек	2

Тема 6. Композиция в дизайне рекламы.	Пр	4
Рекламная иллюстрация.		
Тема 7. Цвет в дизайне рекламы.	Пр	4
Рекламный видеоряд.		
Тема 8. Графическая реклама.	Лек	2
Тема 8. Графическая реклама.	Пр	4
Модульная система проектирования.		
Тема 9. Основные схемы композиции рекламы.	Лек	2
Тема 1. Имиджевые стратегии.	СР	4
Самостоятельная работа	СР	8
Тема 5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	СР	4
Тема 6. Композиция в дизайне рекламы.	СР	4
Тема 8. Графическая реклама.	СР	4
Тема 9. Основные схемы композиции рекламы.	Пр	2
Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие.		
Контроль	**2**	
Экзамен	Эк	2

** - Лек – лекции; Пр – практические занятия; СР – самостоятельная работа; ЛР – лабораторные работы.*

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены специальные помещения, приведенным в п 6.3 основной образовательной программы специальности.

Таблица 3. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	**Оснащение аудитории** **Специализированное учебное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)**

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплект специализированной мебели, маркерная доска; кафедра; автоматизированное рабочее место преподавателя: компьютер AMD Ryzen, монитор LCD 24" Philips, интерактивная панель 86", имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (Компьютерный класс)	Комплект специализированной мебели; доска аудиторная меловая, автоматизированные рабочие места (процессор не ниже Intel Core i5, оперативная память объемом не менее 16Gb;(SSD 500 GB HDD 1 TB); проектор EPSON, проекционный экран, имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный
Аудитория для самостоятельной работы обучающихся	Комплект специализированной мебели; Телевизор LED LG 42" автоматизированные рабочие места (процессор не ниже AMD Ryzen, оперативная память объемом не менее 8 Гб; SDD 500 GB, моноблок Lenovo Intel i3), имеется выход в интернет Программное обеспечение: Операционная система Windows 10 Pro; Office Professional 2007, Kaspersky Endpoint security для бизнеса - Стандартный

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Антипов К. В. Основы рекламы : Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 326 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358440

2. Шпаковский В.О., Чугунова Н.М. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций : Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 126 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358463

3. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности : Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 442 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358546

4. Трушина Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : Учебник. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 244 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358548

5. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : Учебное пособие. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 322 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358550

6. Блюм М. А., Герасимов Б.И. Маркетинг рекламы : Учебное пособие. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2020. - 144 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=359937

Дополнительные источники:

7. Ткаченко О.Н., Дмитриева Л.М. Дизайн и рекламные технологии : Учебное пособие. - Москва: Издательство "Магистр", 2019. - 176 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=330335
8. Вельская Г.Г. Реклама социальных проектов : Учебно-методическая литература. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 94 с. - Текст : электронный. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371151
9. Абабков Ю.Н., Абабкова М. Ю., Филиппова И.Г., Богданов Е.И. Реклама в туризме : Учебник. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 170 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/document?id=392142

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- ЭБС «Academia-library» https://academia-moscow.ru/
- научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://www.elibrary.ru/
- ЭБС Znanium https://znanium.ru
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» http://biblioclub.ru
- Образовательная платформа Юрайт https://urait.ru
- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН http://mega.rudn.ru/MegaPro/Web

2. Базы данных и поисковые системы:

- Учебный портал института https://portal.rudn-sochi.ru/

Методические материалы для обучающихся

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.
Правильно спланированная и организованная самостоятельная работа студентов позволяет:
-сделать образовательный процесс более качественным и интенсивным;
-способствует созданию интереса к избранной профессии и овладению ее особенностями;
-приобщить студента к творческой деятельности;
-проводить в жизнь дифференцированный подход к обучению.
При организации самостоятельной работы студентов в качестве методологической основы должен применяться деятельный подход, когда обучение ориентировано на формирование умений решать не только типовые, но и нетиповые задачи, когда студент должен проявить творческую активность, инициативу, знания, умения и навыки, полученные при изучении конкретной дисциплины.
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины на Учебном портале.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Таблица 4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Знания: теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне; законы формообразования; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); законы создания цветовой гармонии; технологию изготовления изделия; принципы и методы эргономики.	Анализ и оценка выполнения индивидуальных заданий, расчетных работ, опрос, тематический диктант, контрольная работа, практические занятия, домашние работы, компьютерное тестирование, Взаимоконтроль и самоконтроль студентов. Полнота и грамотность подготовленных докладов, сообщений, презентаций.
Умения: проводить проектный анализ; разрабатывать концепцию проекта; выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; реализовывать творческие идеи в макете; создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создавать цветовое единство в композиции по законам колористики; производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования;	Наблюдение, контроль преподавателя за деятельностью обучающихся, анализ и оценка оптимальности метода решения задач, беседа, опрос, практические занятия, домашние работы, компьютерное тестирование
Практический опыт:	Наблюдение, контроль преподавателя за деятельностью обучающихся, анализ и оценка оптимальности метода решения задач, выполнение и защита индивидуальных заданий.

5. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5. Перечень компетенций

Шифр	**Результаты (компетенции)** **Основные показатели результатов подготовки**

ПК 1.2	**Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.**
Знать: теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне; законы формообразования; систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику); преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); законы создания цветовой гармонии; технологию изготовления изделия; принципы и методы эргономики.	
Уметь: проводить проектный анализ; разрабатывать концепцию проекта; выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта; выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта; реализовывать творческие идеи в макете; создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм; создавать цветовое единство в композиции по законам колористики; производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования;	
Владеть: разработки дизайнерских проектов;	
ПК 1.4	**Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта.**
Знать: природу и основные свойства цвета; теоретические основы работы с цветом; особенности психологии восприятия цвета и его символику; теоретические принципы гармонизации цветов в композициях; различные виды техники живописи;	
Уметь: технически грамотно выполнять упражнения по теории цветоведения; составлять хроматические цветовые ряды; распознавать и составлять светлотные и хроматические контрасты; анализировать цветовое состояние натуры или композиции; анализировать и передавать цветовое состояние натуры в творческой работе; выполнять живописные этюды с использованием различных техник живописи;	
Владеть: разработки дизайнерских проектов;	
ПК 2.2	**Выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале.**
Знать: область применения; методы измерения параметров и свойств материалов; технологические, эксплуатационные и гигиенические требования, предъявляемые к материалам; особенности испытания материалов;	
Уметь: выбирать материалы на основе анализа их свойств для конкретного применения в дизайн-проекте;	
Владеть: разработки дизайнерских проектов;	

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии»

Перечень вопросов для подготовки к занятиям и промежуточной аттестации, контрольных работ, содержание заданий для выполнения практических и самостоятельных работ, рекомендации по выполнению и критерии оценивания представлены в фонде оценочных средств по дисциплине «Дизайн и рекламные технологии» в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Оценочные средства позволяют провести текущий контроль по дисциплине. По каждому средству оценивается полнота и глубина освоения, характеризующиеся показателями и критериями оценивания

Таблица 6. Показатели и критерии оценивания

Показатель	Критерий
Пороговый (узнавание) «3»	Знает: базовые общие знания; Умеет: основные умения, требуемые для выполнения простых задач; Владеет: работает при прямом наблюдении.
Базовый (воспроизведение) «4»	Знает: факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для решения определенных проблем в области исследования; Владеет: берет ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает свое поведение к обстоятельствам в решении проблем
Высокий (компетентность) «5» max балл	Знает: фактическое и теоретическое знание в пределах области исследования с пониманием границ применимости; Умеет: диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем; Владеет: контролирует работу, проводит оценку, совершенствует действия работы

Максимальное количество баллов по каждому оценочному средству соответствует вербальному критерию «высокий».

7. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ И (ИЛИ) МАТЕРИАЛЫ

7.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются активные и интерактивные образовательные технологии (формы проведения занятий):

-лекции, фронтальные опросы, презентации и защита мини-проектов;

-кейс-стади (разбор конкретных ситуаций),

-имитационные компьютерные модели;

-организации самостоятельной учебно-познавательной деятельности (индивидуальные домашние задания).