

**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 общепрофессиональный 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 цветое 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	Вид учебной работы*	Кол-во часов
Содержание раздела (темы)		
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; SSD 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
Учебно-тренировочный комплекс «Полоса препятствий «Юниор» (3-37(полоса препятствий))	Препятствия: «Ров» 1 шт., «Лабиринт» 2 шт., «Забор с наклонной доской» 2 шт., «Разрушенный мост» 2 шт., «Разрушенная лестница» 2 шт., «Стенка с двумя проломами» 2 шт., Одиночный окоп для стрельбы и метания гранат 2 шт.
ООО Спортивный комплекс "Юность" (8-Стадион)	Крытые беговые дорожки (пл. 675 кв.м.), открытая спортарена (пл. 21330.1 кв.м.), футбольное поле с синтетическим покрытием литер LXIII (пл. 7512.6 кв. м.), футбольное поле с синтетическим покрытием литер LXIV (пл. 7756.1 кв.м.), включая тренажеры, тренажерные комплексы (тренажерный зал общефизической подготовки), спортивный комплекс (спортивный зал пл. 1468 кв.м.)

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 ВТЛ-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, публик 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 цветное 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; технологии 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 цветное 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 цветное состояние природы или композиции; анализировать и передавать цветное состояние природы 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).