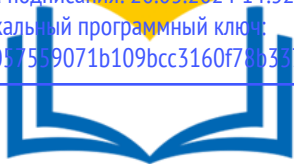


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ивлиев Тимур Юрьевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 20.03.2024 14:32:14  
Уникальный программный ключ:  
85c057559071b109bсс3160f78b337f0ba948b3c



109439, г. Москва, ул. Волгоградский проспект,  
дом 138, корпус 3

Автономная некоммерческая организация  
профессионального образования  
**«Интерколледж»**  
(АНО ПО «Интерколледж»)

тел. 8 (495) 379-01-62  
Web-сайт: <http://intercollege.su/>  
e-mail: [info@intercollege.su](mailto:info@intercollege.su)

## Рабочая программа учебной дисциплины

ЕН.05. Дизайн и рекламные технологии

---

**Специальность 54.02.01 Дизайн (по отраслям)  
(базовая подготовка)**

ОДОБРЕНА

Предметно-цикловой комиссией  
общих гуманитарных и социально-  
экономических, математических и  
общих естественнонаучных  
дисциплин

Протокол № 4  
от « 15 » декабря 20 23 г.

Разработана на основе Федерального государственного  
образовательного стандарта среднего  
профессионального образования  
54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Председатель предметно-цикловой комиссии  
общих гуманитарных и социально-  
экономических, математических и общих  
естественнонаучных дисциплин



(Подпись)

А.Ю. Грайфер  
(Ф.И.О.)

Заместитель директора по учебно-  
методической работе



(Подпись)

О.В. Данилина  
(Ф.И.О.)

Составитель:

Банк И.Н.

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

Рецензент:

Барсукова Н.А.

Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, место работы

## Содержание

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование раздела</b>	<b>Стр.</b>
1	Паспорт рабочей программы учебной дисциплины	4
2	Структура и содержание учебной дисциплины	5
3	Условия реализации рабочей программы учебной дисциплины	10
4	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины	11

# 1. Паспорт рабочей программы учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии»

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **54.02.01 Дизайн (по отраслям)**, укрупненная группа **54.00.00 Изобразительное и прикладные виды искусств**.

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

Программа учебной дисциплины «Дизайн и рекламные технологии» является предметом по выбору из цикла математического и общего естественнонаучного учебного цикла подготовки обучающихся в учреждениях СПО.

Составлена на основе примерной программы учебной дисциплины.

Программа учебной дисциплины может быть использована другими образовательными учреждениями профессионального и дополнительного образования, реализующими образовательную программу среднего (полного) общего образования.

Дисциплина ориентирована на освоение следующих компетенций:

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.

ПК 1.1. Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов.

ПК 1.2. Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учетом современных тенденций в области дизайна.

ПК 1.3. Производить расчеты технико-экономического обоснования предлагаемого проекта.

ПК 1.4. Разрабатывать колористическое решение дизайн-проекта.

ПК 1.5. Выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов.

## 1.3. Цели и задачи дисциплины - требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь**:

- использовать основные принципы рекламного дизайна при разработке рекламных кампаний в различных СМИ, подбирать необходимую колоритмическую и шрифтовую схемы рекламного дизайна для визуальных рекламных средств, осуществлять вёрстку рекламного текста с использованием специфических для рекламы визуально-графических технологий;

- разрабатывать идеи дизайна конкретных полиграфических и виртуальных рекламных продуктов, используемых в качестве инструментов рекламного воздействия;

- осуществлять самостоятельную систематическую работу по самообразованию.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

- специфику рекламного дизайна в основных рекламно-коммуникационных каналах;
- особенности использования различных технологий рекламного дизайна.

**1.4. Количество часов на освоение программы учебной дисциплины:**

- максимальной учебной нагрузки обучающегося 141 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 94 часа;
- самостоятельной работы обучающегося 47 часов.

## 2. Структура и содержание учебной дисциплины

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	141
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	94
в том числе:	
занятий на уроке	34
практические занятия	60
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	47
в том числе:	
Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов.	47
Итоговая аттестация в форме Экзамена	

**2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины  
«Дизайн и рекламные технологии»**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Тема 1.</b>	<b>Определение целей и задачи курса. Понятийно-терминологический аппарат.</b>	<b>6</b>	
	<i>Содержание учебного материала</i>		
	1   Дизайн как компоновочная деятельность.	4	2
	2   Особенности профессионального менталитета дизайнера.		2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий.	2	3
<b>Тема 2.</b>	<b>Классификация рекламы: функции, цели и виды. История развития рекламы.</b>	<b>21</b>	
	<i>Содержание учебного материала</i>		
	3   Цели функции рекламы.	12	2
	4   Условия зарождения рекламы.		2
	5   Реклама в Античности и ее значение в обществе.		2
	6   Реклама в западноевропейской средневековой культуре.		2
	7   Новый этап истории рекламы на Западе (XVI-XIX вв.)		2
	8   Развитие рекламы и дизайна рекламы в России		2
	Практические занятия		
	9   Виды рекламы.	2	3
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов	7	3
<b>Тема 3.</b>	<b>Планирование рекламной деятельности. Рекламная компания.</b>	<b>12</b>	
	<i>Содержание учебного материала</i>		
	10   Субъекты рекламного рынка и специализации в области рекламы.	2	2

	Практические занятия			
	11	Рекламная компания.	6	3
	12	План рекламной компании.		3
	13	Бриф.		3
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов.		4	3
<b>Тема 4.</b>	<b>Творческая стратегия рекламы.</b>		<b>12</b>	
	<i>Содержание учебного материала</i>			
	14	Творческая стратегия рекламы.	4	2
	15	Теоретические направления формирования стратегии рекламной коммуникации.		2
	Практические занятия			
	16	Коммуникативная стратегия торговой марки.	4	3
	17	Роль мотивации в построении рекламной стратегии.		3
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов.		4	3
<b>Тема 5.</b>	<b>Торговая марка и бренд.</b>		<b>18</b>	
	Практические занятия			
	18	Фирменный стиль и торговая марка.	12	3
	19	Бренд.		3
	20	Брендинг.		3
	21	Марочный капитал и оценка бренда.		3
	22	Миссия бренда.		3
	23	Сферы функционирования бренда.		3
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов.			6

<b>Тема 6.</b>	<b>Формирование рекламного образа.</b>		<b>15</b>	
	Практические занятия		10	
	24	Рекламный образ.		3
	25	Вербальные элементы рекламы (текст).		3
	26	Визуальные элементы рекламы (изображение).		3
	27	Цвет и цветовые гармонии в рекламе.		3
	28	Стилизация рекламного сообщения.		3
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов.		5	3
<b>Тема 7.</b>	<b>Средства распространения рекламы.</b>		<b>12</b>	
	<i>Содержание учебного материала</i>		2	
	29	Зачет		2
	Практические занятия		<b>6</b>	
	30	Типология средств распространения рекламы.	6	3
	31	Критерии выбора средств распространения рекламы.		3
	32	Нестандартная реклама.		3
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов.		4	3
<b>Тема 8.</b>	<b>Оценка эффективности рекламы.</b>		<b>9</b>	
	<i>Содержание учебного материала</i>		6	
	1	Рекламные исследования.		2
	2	Этапы проведения рекламного исследования.		2
	3	Оценка эффективности рекламной продукции.		2
	<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий.		3	3
<b>Тема 9.</b>	<b>Творчество дизайнера в рекламе.</b>		<b>36</b>	



<i>Содержание учебного материала</i>		4	
4	Специфика дизайна рекламы.		2
5	Оценка визуального решения и идеи рекламы.		2
<b>Практические занятия</b>		20	
6	Технология поиска визуального решения рекламы.		3
7	Печатная реклама и ее элементы.		3
8	Модульная система проектирования. Модульные сетки.		3
9	Полиграфическое воспроизведение цветных изображений.		3
10	Подготовка печатных изданий к тиражированию.		3
11	Дизайн и печать упаковки и этикетки.		3
12	Оформление выставок и презентаций.		3
13	Особенности дизайна наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе.		3
14	Световая реклама.		3
15	Реклама в Интернете.		3
	Экзамен.		
<i>Самостоятельная работа обучающихся. Варианты заданий:</i> Проработка учебной литературы и конспектов занятий. Изучение видеоматериалов. Разработка эскизов.		12	3
<b>Всего:</b>		<b>141</b>	

### 3. Условия реализации программы дисциплин

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

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя, рабочая доска.

Комплект учебно-наглядных пособий по предмету «Дизайн и рекламные технологии».

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением; экран, проектор.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

###### Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
1	Дизайн и рекламные технологии.	Ткаченко О.Н.	М.: Магистр: ИНФРА-М, 2016
2	Компьютерная графика и web-дизайн. Практикум: учебное пособие	Под ред. Л.Г. Гагариной	М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2013
3	Дизайн, технология, форма.	Базилевский А.А., Барышева В. Е.	М.: «Архитектура-С», 2010.
4	Дизайн как он есть	Глазычев. В.	М. : КДУ : Европа, 2013.
5	Школа архитектурно-дизайнерского формообразования. –	Мелодинский Д. Л.	М.: «Архитектура-С», 2004.
6	Основы изобразительного искусства и художественного проектирования: учебник для учащихся нач. проф. учеб. заведений	С. Е. Беляева.	4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2009.

###### Дополнительная

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
7	Методология дизайн-проектирования элементов предметной среды (Дизайн унифицированных и агрегативированных объектов): учеб. пособие для высш. школы	Грашин А. А.	М.: «Архитектура-С», 2004.
8	Информатика: теория и практика	В.А. Острейковский, И.В. Полякова	«Издательство Ониск», 2010г.
9	Основы информатики	А.А. Пярнпуу, С.С. Крылов	«Дрофа» 2011г.
10	Информационные технологии в профессиональной деятельности	Е.В. Михеева, Е.Ю. Тарасова	«Академия», 2011г.
11	Информационные технологии в офисе. Практические упражнения	М.Ю. Свиридова	«Академия», 2011г.
12	Информационные технологии	М.Е. Елочкин, Ю.С. Брановский	«Издательство Ониск», 2010г.

###### Интернет-ресурсы

[www.iqlib.ru](http://www.iqlib.ru) - электронно-библиотечная система образовательных и просветительских изданий

<http://school-collection.edu.ru> – единая коллекция цифровых образовательных ресурсов.

<http://slovari.yandex.ru> – Интернет сервис словарей. [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org) – свободная энциклопедия

«Википедия». [www.hemi.nsu.ru](http://www.hemi.nsu.ru) электронная энциклопедия. <http://xumuk.ru/> электронный справочник. <http://www.countries.ru/library.htm/>

#### 4. Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (усвоенные умения, усвоенные знания)	Коды формируемых общих компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику рекламного дизайна в основных рекламно-коммуникационных каналах;</li> <li>- особенности использования различных технологий рекламного дизайна.</li> </ul>	<p>ОК 1-9, ПК 1.1.-1.5</p>	<p>Наблюдение и педагогическое руководство во время практической работы на учебных занятиях; устное обсуждение и анализ учебных работ. Проведение итоговых просмотров аудиторных и домашних учебных практических работ и оценка их результатов. Проведение экзамена (зачета). Анализ творческих отчетов в виде выставок, презентаций. Анализ отчетной документации.</p>
<p><b>Уметь:</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать основные принципы рекламного дизайна при разработке рекламных кампаний в различных СМИ, подбирать необходимую колоритмическую и шрифтовую схемы рекламного дизайна для визуальных рекламных средств, осуществлять вёрстку рекламного текста с использованием специфических для рекламы визуально-графических технологий;</li> <li>- разрабатывать идеи дизайна конкретных полиграфических и виртуальных рекламных продуктов, используемых в качестве инструментов рекламного воздействия;</li> <li>- осуществлять самостоятельную систематическую работу по самообразованию.</li> </ul>		