Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Тимакова Наталья Григорьевна
Должность: директор
Дата подписания: [illegible]
Уникальный программный ключ:
15f95de861e93055aee66c67985 10b53586f1f5c

Министерство образования и науки Республики Татарстан

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение

«Лениногорский музыкально-художественный педагогический колледж»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании педагогического совета
Протокол № 1 от « 1 » 09 2023г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор_____ Н.Г. Тимакова
« 1 » 09 2023г.

Введено в действие
Приказ № [illegible] от « 1 » 09 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 Дизайн и рекламные технологии

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Квалификация выпускника

Дизайнер

Форма обучения очная

2023 год

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденный Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 05 мая 2022 года № 308; с учетом Приказа Министерства просвещения Российской Федерации от 1сентября 2022 года № 796 «О внесении изменений в ФГОС СПО» ПООП утвержденной протоколом ФУМО по УГПС 54.00.00 от 31августа 2021 г. №1

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Лениногорский музыкально-художественный педагогический колледж»

Разработчик:
Петропавловских Е. М. - преподаватель ГАПОУ «ЛМХПК»

Рассмотрена предметной (цикловой) комиссией профессиональных дисциплин и модулей специальности Дизайн (по отраслям)

Протокол №_____ от _____2023 г.

Председатель П(Ц)К:_____ /И. Д. Андреева /

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	4
2.	**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	5
3.	**УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	10
4.	**КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Дизайн и рекламные технологии

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: Учебная дисциплина ОП.09 Дизайн и рекламные технологии является вариативной частью общеобразовательного цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)

1.3. Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания:

Код ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ПК 1.2. Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов ОК 01, ЛР 21, ЛР 27	– использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы; – составлять креативный бриф и техническое задание на производство рекламного продукта методами полиграфического воспроизведения.	– базовые модели организации творческого процесса и методики поиска идей для креативной концепции рекламы; – технологии разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы и особенности создания креатива для основных медианосителей; – основные полиграфические материалы, способы печати и отделки различных видов рекламной полиграфической продукции.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 66 часов;
- *в том числе в форме практической подготовки - 44 часа,*
- самостоятельной работы обучающегося – не предусмотрено;
- консультации – 2;
- промежуточная аттестация - в форме экзамена - 4 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объём образовательной нагрузки	**72**
в том числе	
1.Основное содержание	**66**
В том числе в форме практической подготовки:	44
в том числе:	
теоретическое обучение	22
практические занятия	44
2. Профессионально - ориентированное содержание	44
в том числе:	
теоретическое обучение	Не предусмотрено
практические занятия	44
Контроль:	
контрольные работы (текущий контроль)	Не предусмотрено
рубежный контроль	Не предусмотрено
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	Не предусмотрено
Консультации	2
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта	Не предусмотрено
Промежуточная аттестация в форме экзамена	**4**

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1.1. Рекламное обращение: форма, содержание, структура (6 семестр, 66 ч.)	**Содержание учебного материала**		**4**	ОК.01 ПК 1.2 ЛР 21, ЛР 27
	1	Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий.	2	
	2	Мотивы поведения и психологические установки потребителя.	2	
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		**4**	
	Профессионально – ориентированное содержание			
	1	Функции рекламы в обществе. Составление таблиц.	2	
	2	Структура рекламного обращения. Схема-рисунок.	1	
	3	Директ - мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений.	1	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1.2. Типы и виды рекламы	**Содержание учебного материала**		**4**	ОК.01 ПК 1.2 ЛР 21, ЛР 27
	1	Телереклама и радиореклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки	2	
	2	Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.	2	
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		**6**	
	Профессионально – ориентированное содержание			
	1	Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки	2	
	2	Выполнение схемы-рисунка видов наружной рекламы.	2	
	3	Мокап наружной рекламы - Защита проекта	2	

	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1.3. Правила разработки и оформления рекламного текста	**Содержание учебного материала**		**2**	ОК.01 ПК 1.2 ЛР 21, ЛР 27
	1	Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Принципы оформления рекламного текста.	1	
	2	Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ, эхо-фраза.	1	
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		**6**	
	Профессионально – ориентированное содержание			
	1	Составление схем слогана-продавца и заголовка - айстопера.	2	
	2	Составление таблиц. Фоносемантика слоганов.	2	
	3	Разработка ОРТ, зачина, и эхо-фразы.	2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1.4. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения	**Содержание учебного материала**		**4**	ОК.01 ПК 1.2 ЛР 21, ЛР 27
	1	Художественные средства гармонизации формы	2	
	2	Уровни восприятия цвета	1	
	3	Типы хроматической гармонии	1	
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		**12**	
	Профессионально – ориентированное содержание			
	1	Цвет в рекламе: функции, методика подбора	2	
	2	Основные схемы композиции в рекламе.	2	
	3	Цвет в фирменном стиле. Выполнение упражнений.	2	
	4	Создание композиции рекламы как способа привлечения и удержания внимания потребителя	2	
	5	Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки.	2	
	6	Выполнение упражнений. Типы композиций в статичной рекламе.	2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	

	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 5. Креатив в рекламе	**Содержание учебного материала**		**2**	ОК.01 ПК 1.2 ЛР 21, ЛР 27
	1	Креатив в рекламе. Его эффективность. Образ-вампир Р. Ривса.	1	
	2	Приемы, инструменты и стратегии продвижения	1	
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		**4**	
	Профессионально – ориентированное содержание			
	1	Принципы формирования эффективного брифа. Составление вариантов брифа.	1	
	2	Проблемы применения креативных технологий в рекламе. Составление таблицы.	1	
	3	Выполнение упражнений на развитие креативного мышления.	2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 6. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта	**Содержание учебного материала**		**6**	ОК.01 ПК 1.2 ЛР 21, ЛР 27
	1	Технологии производства печатной рекламной продукции	1	
	2	Критерии классификации полиграфической продукции	1	
	3	Способы печати рекламного продукта. Трафаретная печать, особенности технологии	2	
	4	Виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта	1	
	5	Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала для решения конкретной задачи	1	
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		**12**	
	Профессионально – ориентированное содержание			
	1	Составление схем. Основные стадии производства полиграфической продукции,	1	
	2	Составление таблиц. Виды дефектов готовой полиграфической продукции	1	
	3	Дизайн – проект фирменного стиля организации	2	

	4	Дизайн-проект рекламного плаката	2	
	5	Эскизная часть - выбор лучшего варианта-предложения.	2	
	6	Выбор изобразительной части плаката (на основе фотографии или рисунка)	1	
	7	Выполнение плакатов в графических редакторах CorelDraw и Photoshop	1	
	8	Верстка плакатов и предпечатная подготовка	2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Промежуточная аттестация - Экзамен			**4**	
Консультации			2	
		Всего:	**72**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Стандартизация и сертификация».

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- образцы творческих работ.

Технические средства обучения:

- компьютер с программным обеспечением, проектор

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 c. — 978-5-238-01525-5. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74886.html

Дополнительные источники:

1. Герасимов Б.И. Виды и средства распространения рекламы / Б.И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М.А. Блюм. – М.: ФОРУМ, 2014. – 128с.
2. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. – М: Альфа – М: ИНФРА-М, 2012. – 240с.
3. Пигулевский В.О. Дизайн визуальных коммуникаций [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.О. Пигулевский, А.Ф. Стефаненко. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 303 c. — 978-5-4487-0267-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75951.html
4. Реклама: язык, речь, общение: Учеб. пособие / под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 288с.

Интернет-ресурсы:

1.Епифанова А.Г. История графического дизайна и рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Епифанова А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Ай Пи Ар Медиа, 2023.— 220 c.— Режим доступа: https://ipr-smart.ru/123351.— IPR SMART
2.Мухина, Ю. Р. Web-дизайн: основы верстки сайтов: учебное пособие для СПО / Ю. Р. Мухина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 155 c. — ISBN 978-5-4497-1790-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123350.html (дата обращения: 22.08.2022)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знания:		
Базовые модели организации творческого процесса и методики поиска идей для креативной концепции рекламы;	Обучающийся показывает всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов теоретических и практических работ; глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических занятиях
Технологии разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы и особенности создания креатива для основных медианосителей;	Работа выполнена в полном объеме без ошибок с соблюдением необходимой последовательности действий; глубокое освоение программного материала, логически стройное его изложение	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических занятиях
Основные полиграфические материалы, способы печати и отделки различных видов рекламной полиграфической продукции.	Глубоко раскрыто содержание представляемой темы, четко определена структура, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки, представлен перечень источников	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических занятиях
Умения:		
Использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы;	Умение уверенно применять освоеный программный материал на практике при решении конкретных задач; умение владеть базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических занятиях

	для креативной концепции рекламы	
Составлять креативный бриф и техническое задание на производство рекламного продукта методами полиграфического воспроизведения.	Умение связать теорию с возможностью ее применения на практике, свободное решение задач и обоснование принятого решения	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических занятиях