Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Тимакова Наталья Григорьевна
Должность: директор
Дата подписания: [illegible]
Уникальный программный ключ:
15f95de861e93055aee66c6798510b33586f1f5c

Министерство образования и науки Республики Татарстан
Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
«Лениногорский музыкально-художественный педагогический колледж»

«Утверждаю»
Директор ГАПОУ «ЛМХПК»
_____ Н.Г. Тимакова
«1» 09 2021 г.
Введено в действие
Приказ № 89-А-ОС
от 1.09.2021г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 Дизайн и рекламные технологии

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Квалификация базовой подготовки

Дизайнер

Форма обучения очная

2021 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), утвержденного Приказом МО и Н РФ №658 от 23.11.2020 г.

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

Разработчик:
Андреева С. В., Курганская Е.Н. - преподаватели ГАПОУ «ЛМХПК»

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

Протокол №1 от 31.08.2021

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

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	**ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	4
2.	**СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	5
3.	**УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	11
4.	**КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Дизайн и рекламные технологии

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **54.02.01 Дизайн (по отраслям)**, входящей в состав укрупненной группы специальностей «Искусство и культура» по направлению подготовки 54.00.00 Изобразительное и прикладные виды искусств.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалиста среднего звена: дисциплина входит в общепрофессиональный цикл.

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

Вариативная часть:

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

– использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы;

– составлять креативный бриф и техническое задание на производство рекламного продукта методами полиграфического воспроизведения.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

– 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.

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ППССЗ по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям) и овладению профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.2.	Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн – проектов.

В процессе освоения дисциплины у студентов должны формировать общие компетенции (ОК), результаты воспитания (ЛР):

ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ЛР 21.	Умеющий применять полученные знания на практике
ЛР 27.	Способный воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи

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

объем образовательной нагрузки обучающегося 74 часа, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 66 часов;
- консультации 2 часа;
- промежуточная аттестация 6 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	***74***
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	***66***
в том числе:	
лабораторные работы	*не предусмотрено*
практические занятия	*2*
контрольные работы	*не предусмотрено*
рубежный контроль	*не предусмотрено*
курсовая работа (проект) (*если предусмотрено)*	*не предусмотрено*
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	*не предусмотрено*
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	*не предусмотрено*
внеурочная самостоятельная работа	*не предусмотрено*
консультации	***2***
Промежуточная аттестация в форме экзамена (6 семестр)	***6***

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень освоения
1	*2*		*3*	*4*
Раздел 1. Дизайн и рекламные технологии				
Тема 1. 1. Рекламное обращение: форма, содержание, структура	Содержание учебного материала		**8**	1
	1	Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта	2	2
	2	Модели восприятия рекламных обращений	1	2
	3	Основы психологии поведения потребителей	1	2
	4	Содержание рекламного обращения	1	2
	5	Мотивы поведения и психологические установки потребителя	1	2
	6	Форма рекламного сообщения: тон и устойчивые стилевые решения	1	2
	7	Структура рекламного обращения	1	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 2. Креатив в рекламе	Содержание учебного материала		**8**	
	1	Базовые модели организации творческого процесса	2	2
	2	Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.	1	2
	3	Организация креативного процесса	1	2
	4	Креативный бриф.	1	2
	5	Принципы формирования эффективного брифа	1	

	6	Классические ошибки, допускаемые при разработке креативной стратегии рекламы.	1	2
	7	Образ-вампир Р Ривса	1	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 3. Правила разработки и оформления рекламного текста	Содержание учебного материала		**6**	2
	1	Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.	2	
	2	Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ , эхо-фраза.	1	2
	3	Критерии отбора слов для рекламного текста.	1	2
	4	Приемы разработки слогана-продавца и заголовка - айстопера.	1	2
	5	Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы.	1	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1.4. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения	Содержание учебного материала		**8**	1
	1	Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы	2	
	2	Цвет в фирменном тиле	1	
	3	Цвет в рекламе: функции, методика подбора	1	
	4	Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя	2	1
	5	Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки.	1	2

	6	Образы-продавцы и образы-вампиры	1	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 5. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения	Содержание учебного материала		**8**	2
	1	Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе	2	
	2	Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива	1	2
	3	Серийность в рекламе	1	2
	4	Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика и т.д	1	2
	5	Применение приемов NLP-програмирования	1	2
	6	Нетрадиционное использование традиционных носителей	1	2
	7	Применение нетрадиционных рекламоносителей	1	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 6. Особенности разработки рекламного продукта	Содержание учебного материала		**10**	2
	1	Телереклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки	2	
	2	Радиореклама: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки	2	2
	3	Реклама в прессе: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки	2	2
	4	Наружная и транзитная реклама: условия восприятия и воздействия, задачи разработчика, приемы разработки	2	2
	5	Директ - мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений	2	2

	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 7. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта	Содержание учебного материала		**4**	2
	1	Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения	1	
	2	Критерии классификации полиграфической продукции	1	2
	3	Основные стадии производства полиграфической продукции	1	2
	4	Виды дефектов готовой полиграфической продукции	1	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 8. Способы печати рекламного продукта	Содержание учебного материала		**4**	2
	1	Трафаретная печать, особенности технологии	1	
	2	Виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта	1	2
	3	Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта.	1	2
	4	Технологии печати наружной рекламы, упаковки и этикетки. Декорирования сувениров	1	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		не предусмотрено	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Тема 1. 9. Запечатываемые и после печатные процессы в производстве рекламы	**Содержание учебного материала**		**8**	2
	1	Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала для решения конкретной задачи	2	
	2	Основные характеристики запечатываемых материалов и	2	2

		носителей		
	3	Виды запечатываемых материалов для рекламы в прессе, печатной и наружной рекламы, упаковки	2	2
	4	Брошюровочно-переплетные процессы	2	2
	Лабораторные работы		не предусмотрено	
	Практические занятия		**2**	
	1	Создание макета наружной рекламы «Студия дизайна - Я»	2	
	Контрольные работы		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		не предусмотрено	
Примерная тематика курсовой работы (проекта) *(если предусмотрены)*			не предусмотрено	
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом) *(если предусмотрены)*			не предусмотрено	
Консультации			2	
Промежуточная аттестация в форме экзамена			6	
		Всего:	**74**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

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 с. — 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 с. — 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.

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 (освоенные умения, усвоенные знания)	**ОК**	**ЛР**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Уметь использовать методики поиска идей для креативной концепции рекламы	ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	ЛР21. Умеющий применять полученные знания на практике ЛР27. Способный воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи	Оценка выполнения практической работы: – создание макета наружной рекламы «Студия дизайна - Я»
Уметь составлять креативный бриф и техническое задание на производство рекламного продукта методами полиграфического воспроизведения	ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	ЛР21. Умеющий применять полученные знания на практике ЛР27. Способный воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи	Оценка выполнения домашней работы: – презентационное мультимедийное сообщение.
Знать базовые модели организации творческого процесса и методики поиска идей для креативной концепции рекламы	ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	ЛР21. Умеющий применять полученные знания на практике ЛР27. Способный воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи	Оценка результатов в рамках экзамена

Знать технологии разработки текста и визуального ряда «продающей» рекламы и особенности создания креатива для основных медианосителей	ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	ЛР21. Умеющий применять полученные знания на практике ЛР27. Способный воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи	Оценка выполнения домашней работы: – сообщение на заданную тему.
Знать основные полиграфические материалы, способы печати и отделки различных видов рекламной полиграфической продукции	ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	ЛР21. Умеющий применять полученные знания на практике ЛР27. Способный воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи	Оценка результатов в рамках экзамена