

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Республики Адыгея  
«Адыгейский педагогический колледж им. Х. Андрухаева»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующая методическим кабинетом  
 3.3. Духу  
«»  2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**МДК.01.07 ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

по специальности  
54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Майкоп  
2020

Рабочая программа учебной дисциплины МДК 01.07 «Дизайн и рекламные технологии» разработана на основе Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации № 1391 от 27.10.2014г. «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)», Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации №464 от 14.06.2013г. «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования», Положения о разработке рабочих программ общеобразовательных учебных дисциплин, учебных дисциплин профессиональных модулей, а также профессиональных модулей по специальностям СПО, реализуемым в колледже, учебного плана, календарного учебного графика и др.

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Республики Адыгея «Адыгейский педагогический колледж им. Х. Андрухаева».

Составитель: Немькина Е.В., преподаватель Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения Республики Адыгея «Адыгейский педагогический колледж им. Х. Андрухаева».

Рецензент: Позднякова Т.С., доцент, преподаватель изобразительного искусства и дизайна Института искусств Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Адыгейский государственный университет».

Рассмотрено и одобрено на заседании П(Ц)К преподавателей дисциплин эстетического цикла

Протокол № 8 от «28» мая 2020 г.

Председатель П(Ц)К \_\_\_\_\_ /Шумская Е.Ю./

Протокол №1 от «28» августа 2020 г.

Председатель научно-методического совета \_\_\_\_\_ /Духу З.З./

## СОДЕРЖАНИЕ:

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	13
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	15

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ МДК 01.07 «ДИЗАЙН И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины МДК 01.07 «Дизайн и рекламные технологии» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1391 от 27.10.2014г. «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.01 «Дизайн (по отраслям)».

## 1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина МДК 01.07 «Дизайн и рекламные технологии» входит в профессиональный модуль ПМ. 01. «Творческая художественно-проектная деятельность».

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

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

- определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;
- составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации;
- анализировать различные виды рекламной продукции;
- ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
- выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов;
- разрабатывать колористическое решение рекламного продукта.

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

- цели, задачи и средства рекламной деятельности;
- способы и методы организации рекламной деятельности на предприятии;
- законодательные акты и нормативные документы в области рекламы;
- основные виды рекламы;
- выразительные средства рекламы.

## 1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины

Максимальной учебной нагрузки обучающегося **79 ч.**, в том числе: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **53 ч.**, самостоятельной работы обучающегося **26 ч.**

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения является овладение обучающимися общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности 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 1.2.	Применять знания о закономерностях построения художественной формы и особенностях ее восприятия.
ПК 1.3.	Проводить работу по целевому сбору, анализу исходных данных, подготовительного материала, выполнять необходимые предпроектные исследования.
ПК 1.5.	Выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов.
ПК 1.7.	Использовать компьютерные технологии при реализации творческого замысла.
ПК 1.9.	Осуществлять процесс дизайн–проектирования.
ПК 1.10.	Разрабатывать техническое задание на дизайнерскую продукцию.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	79
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	53
в том числе:	
лекции	15
лабораторные и практические занятия, включая семинары	38
<b>Самостоятельная работа обучающихся (всего)</b>	26
<b>Итоговая аттестация в форме семестровой оценки (8 семестр)</b>	

### 3.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины МДК 01.07 «Дизайн и рекламные технологии»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала: лекции, лабораторные и практические занятия, включая семинары, и самостоятельная работа	Максимальная учебная нагрузка	Обязательная аудиторная учебная нагрузка		Самостоятельная работа
			Лекции	Лаборат. и практич. занятия, вкл. семинары	
1	2	3	4	5	6
<b>Раздел 1.</b> История развития и классификация рекламы		<b>10</b>	<b>4</b>		<b>6</b>
<b>Тема 1.1.</b> Понятие рекламы и рекламные технологии	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>	<b>2</b>		
	<i>Лекции</i>	2			
	1.Краткая характеристика программы дисциплины. Определение понятия рекламы. Основные характеристики рекламных технологий.		1		
	2.Правовые аспекты рекламы. Государственный контроль в сфере рекламы. Интеллектуальная собственность в рекламе. Рекламное произведение как объект авторского права. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности. Ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе.		1		
<b>Тема 1.2.</b> История развития рекламы и её классификация.	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>8</b>	<b>2</b>		<b>6</b>
	<i>Лекции</i>	2			
	1.История и теория развития рекламы.		1		
	2.Цели, задачи и средства рекламной деятельности. Классификация рекламы; функции, цели и виды. Основные принципы классификации рекламных средств. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Витринная реклама. Синтетические виды рекламы: кино-, радио- и телереклама. Печатная реклама		1		
	<i>Самостоятельная работа</i>	6			

	1.Составление словаря терминов по рекламе и рекламным технологиям.				2
	2.Подготовка презентаций на темы: «Уличная реклама», «Реклама на радио», «Телевизионная реклама», «Реклама в кино», «Газетная реклама».				4
<b>Раздел 2.</b> Взаимосвязь индивидуальности человека и рекламы		<b>15</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>8</b>
<b>Тема 2.1.</b> Социально-психологические основы эффективной рекламы	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>	<b>2</b>		<b>4</b>
	<i>Лекции</i>	2			
	1.Психологические особенности и тип личности заказчика. Возрастные психологические особенности потребителей.		1		
	2.Психологическое воздействие рекламы. Психотехнологии рекламных средств. Мотив, желание, активность потребителей и их значение для рекламы. Основные типы восприятия рекламы. Межличностное восприятие и его роль в создании рекламы		1		
	<i>Самостоятельная работа</i>	4			
	Подготовка презентаций на тему: Психологическое воздействие рекламы.				4
<b>Тема 2.2.</b> Особенности восприятия рекламы	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
	<i>Лекции</i>	2			
	1.Основные закономерности восприятия в рекламе Зоны визуального поля. Размещение информации с учётом визуального поля.		1		
	2.Образ в рекламе. Стереотипы в рекламе.		1		
	<i>Лабораторные и практические занятия, включая семинары</i>	1			
	Анализ эффективности рекламы в дизайне.			3	
	<i>Самостоятельная работа</i>	4			
Изучение приемов психологического воздействия рекламы. Поиск примеров эффективной рекламы. Анализ эффективности рекламы.				4	
<b>Раздел 3.</b> Основы дизайна рекламного продукта.		<b>17</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>5</b>

<b>Тема 3.1.</b> Основные условия создания рекламного продукта	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>				
	<i>Лабораторные и практические занятия, включая семинары</i>	2				
	Этапы проектирования: анализ предпроектный; разработка дизайн-концепции; выполнение эскизного проекта; выполнение художественно-конструкторского проекта; создание макета; разработка рабочего проекта.			2		
<b>Тема 3.2.</b> Этапы создания рекламного продукта	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>				
	<i>Лабораторные и практические занятия, включая семинары</i>	2				
	Этапы создания рекламного продукта от идеи: моделирование, рисунок; до производства: реализация опытных образцов, прототип; и сбыта: реклама, логистика, презентация.			2		
<b>Тема 3.3.</b> Законы гармоничной композиции рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	
	<i>Лекции</i>	2				
	1.Цвет как художественное средство рекламы. Цветовая гармония. Свет и форма в дизайне рекламы. Работа с фигурой и фоном. Цветовой образ формы. Визуальная коммуникация с использованием цвета. Методы продуктивного использования цвета.			1		
	2.Статика и динамика, ритм и пропорции в композиции рекламы.			1		
	<i>Лабораторные и практические занятия, включая семинары</i>	6				
	1.Уровни восприятия цвета. Индивидуальные уровни цветового восприятия. Эмоционально-пространственные свойства цвета. Роль социокультурных факторов в оценке цвета.				2	
	2.Составление рекламных слоганов и тестов. Основные принципы составления рекламных текстов. Структура вербального текста рекламы. Драматургические конструкции в рекламных текстах. Лексика, морфология, синтаксис рекламного текста.				2	
	3.Выполнение рекламы любого продукта (на выбор студента) графическими средствами.				2	
	<i>Самостоятельная работа</i>	5				
	1.Подготовка презентаций на темы: «Композиция в рекламе», «Виды композиций в рекламе», «Цвет в рекламе», «Свет в рекламе», «Звук в рекламе».					3

	2.Изучение и анализ рынка услуг рекламных агентств города. Поиск эффективных примеров рекламы.				2
<b>Раздел 4.</b> Реклама и дизайн фирменного стиля предприятия как способ продвижения на рынке		<b>19</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>3</b>
<b>Тема 4.1.</b> Создание товарных знаков	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>	<b>2</b>		
	<i>Лекции</i>	2			
	1.История возникновения торговых марок. Тамга и клеймо – прообразы товарного знака. Роль клеймения продукции в условиях ремесленного производства. Использование клейм в фабрично-заводской промышленности. Влияние средневековых ремесленных вывесок на развитие торговых марок.		1		
	2.Создание товарных знаков. Основные компоненты фирменного стиля. Товарный знак как центральный элемент фирменного стиля. Образование товарных знаков. Требования, предъявляемые к товарным знакам.		1		
<b>Тема 4.2.</b> Брендинг и реклама	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>17</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>3</b>
	<i>Лекции</i>	2			
	1.Графический дизайн – способ конструирования рекламы. Печатная реклама и ее элементы. Модульная сетка. Способы печатания, применяемые в полиграфии.		1		
	2.Обозначение товаров и услуг конкретного продавца для отличия их в конкурентной среде. Бренддинг как один из видов маркетинговых технологий. Реклама – информация о товарах с целью оповещения потребителей и создания потребительского спроса на них. Реклама как информирование и как воздействие. Создание фирменного стиля компании. Понятие брендбука.		1		
	<i>Лабораторные и практические занятия, включая семинары</i>	9			

	1.Разработка фирменного стиля.			6	
	2.Основы разработки рекламных текстов. Креатив в рекламе.			2	
	3.Разработка концепции создания брендбука.			4	
	<i>Самостоятельная работа</i>	3			
	1.Изучение популярных брендов различных групп товаров, подборка визуального ряда, обоснование эффективности.				1
	2.Реферат о бренде дизайнерской компании, анализ эффективности концепции.				2
<b>Раздел 5.</b> Наружная реклама		<b>10</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
	<b><i>Содержание учебного материала</i></b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
	<i>Лекции</i>	1			
<b>Тема 5.1</b> Особенности дизайна наружной рекламы.	1.Требования к максимальным размерам композиции. Методы оценки характеристик обзора наружной рекламы. Материалы, применяемые в наружной рекламе. Общие вопросы, расчет элементов конструкций, технологии изготовления. Значение местонахождения и подсветки наружной рекламы.		1		
	<i>Лабораторные и практические занятия, включая семинары</i>	7			
	Наружная реклама. Мобильные выставочные стенды. Виды наружной рекламы: билборды (стандартные уличные щиты), брендмауэры, сити-формат, транспаранты-растяжки (перетяжки), суперсайты, крышные установки, панель-кронштейны, призматроны, уличные рекламные конструкции, световая реклама, электронные табло и экраны, указатели, вывески, витрины, штендеры. Мобильные выставочные конструкции: Pop-up (зонтик), Foldable (ширма), мобильные стенды роллерного и «баннерного» типа.			7	
	<i>Самостоятельная работа</i>	2			
	Создание рекламы на социальную тему.				2
<b>Раздел 6.</b> Выставки и презентации как средство рекламы.		<b>8</b>		<b>6</b>	<b>2</b>

<b>Тема 6.1.</b> Классификация выставок	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>8</b>		<b>6</b>	<b>2</b>
	<i>Лабораторные и практические занятия, включая семинары</i>	6			
	1.Основные понятия и определения, классификация выставок. Выставки как инструмент исследования рынка.			2	
	2.Оформление выставок и презентаций, принцип размещения экспозиции. Выставочное оборудование, основные габариты и размеры.			2	
	3.Важность грамотной организации выставочного стенда. Основные требования к дизайну рекламных материалов и особенности их размещения.			2	
	<i>Самостоятельная работа</i>	2			
	Планировка экспозиции выставочного павильона в масштабе.				2
	<b>Всего:</b>	79	15	38	26

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Реализация программы дисциплины соответствует требованиям ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), имеется в наличии учебный кабинет дизайна и компьютерной графики.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- рабочая доска;

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионной программой обучения.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

**Основные источники:**

1. Герчук, Ю. Я. История графики и искусства книги / Ю. Я. Герчук. – М. : РИП-Холдинг, 2013. – 318 с. – ISBN: 978-5-903190-61-4.
2. Жданова, Н. С. Основы дизайна и проектно-графического моделирования: учебное пособие / Н. С. Жданова. – М. : Флинта, 2017. – 197 с. – ISBN 978-5-9765-3397-4
3. Крючкова, К. К. Композиция в дизайне. Организация плоскости. Формирование знаков. / К. К. Крючкова/ – Майкоп. : Изд-во «Магарин О. Г.», 2014. – 426 с. – ISBN 978-5-91692-234-9.
4. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. – М. : ДМК Пресс, 2008. – 272 с. – ISBN 5-94074-087-1.
5. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учеб. пособие / Р. Ю. Овчинникова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 239 с. – ISBN 978-5-238-01525-5.
6. Рожнова, О. И. История журнального дизайна / О. И. Рожнова. – М. : Университетская книга, 2009. – 272 с. – ISBN 978-5-9792-0011-8.

**Дополнительные источники:**

1. Королькова, А. Живая типографика / А. Королькова. – М. : IndexMarket, 2008. – 223 с. – ISBN 978-5-9901107-8-6.
2. Лаврентьев, А. Н. История дизайна: учеб. пособие / А. Н. Лаврентьев. – М. : Гардарики, 2007. – 303 с. – ISBN 5-8297-0262-2.
3. Никулин, И. А. Верстка, дизайн и допечатная подготовка в полиграфическом процессе: учебник / И. А. Никулина. – Краснодар : Изд-во КубГУ, 2010. – 237 с. – ISBN 978-5-8209-0731-9.
4. Рожнова, О. И. История журнального дизайна / О. И. Рожнова. – М. : Университетская книга, 2009. – 271 с. – ISBN 978-5-9792-0011-8.
5. Рябина, Н. З. Работа редактора над нетекстовыми элементами издания: конспект лекций / Н. З. Рябина. – М.: МГУПИ, 2006. – 104 с. – ISBN 5-8122-0737-2.

**Интернет-ресурсы:**

1. Российский образовательный портал [www.edu.ru](http://www.edu.ru)
2. Сайт Министерства образования и науки РФ <http://mon.gov.ru/>

#### **4.3. Материалы и ресурсы для обеспечения и организации дистанционного обучения:**

1. Платформа moodle (сайт ГБПОУ РА «Адыгейского педагогического колледжа им. Х. Андрухаева»)
2. Платформа ZOOM (организация аудио и видеоконференций)
3. Мессенджер WhatsApp, Viber
3. Электронная почта
4. Инфоурок – образовательный портал (<https://infourok.ru/site/upload>)
5. Единый урок РФ – образовательный портал (<https://xn--d1abkefqip0a2f.xn--p1ai/>)
6. Я-класс образовательный портал (<https://www.yaklass.ru/>)
7. Социальные сети

## 5. 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, проектов, исследований.

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2
<b>Уметь:</b>	
определять оптимальный набор рекламных средств для конкретной рекламной акции;	Наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио личных достижений. Конкурсы, проекты, выставочная деятельность, экспертная оценка, практика, самостоятельная работа. Экзамен. Устный опрос. Тестирование.
составлять план подготовки предприятия к участию в выставке, подготовки и проведения презентации;	
анализировать различные виды рекламной продукции;	
ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;	
выполнять эскизы с использованием различных графических средств и приемов;	
разрабатывать колористическое решение рекламного продукта.	
<b>Знать:</b>	
цели, задачи и средства рекламной деятельности;	Наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Портфолио личных достижений. Конкурсы, проекты, выставочная деятельность, экспертная оценка, практика, самостоятельная работа. Экзамен. Устный опрос. Тестирование.
способы и методы организации рекламной деятельности на предприятии;	
законодательные акты и нормативные документы в области рекламы;	
основные виды рекламы;	
выразительные средства рекламы.	

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

<b>Номер изменения</b>	<b>Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений</b>	<b>Содержание изменения</b>	<b>ФИО лица, внесшего изменение</b>	<b>Подпись</b>