



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(РГГУ)
Гуманитарный колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 11 Рекламный дизайн

специальности 42.02.01 Реклама

2024

ОДОБРЕНА
Предметной (цикловой) комиссией
общего гуманитарного и социально-
экономического цикла
Протокол
№ 1 от «09» сентября 2024 г.

Составлена на основе федерального
государственного образовательного
стандарта СПО по специальности
42.02.01 Реклама, утвержденного
Приказом Минпросвещения России
от 21.07.2023 N 552

Разработчик:
Писаревский В.А., доцент учебного центра «Арт-дизайн», преподаватель Гуманитарного колледжа РГГУ

Рецензент: Борисова Т.И., доцент учебного центра «Арт-дизайн», преподаватель Гуманитарного колледжа РГГУ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламный дизайн

1.1. Область применения рабочей программы

Программа дисциплины Рекламный дизайн является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по направлениям подготовки, специальностям и рабочим профессиям СПО, входящим в состав укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы: дисциплина является общепрофессиональной дисциплиной ОП. 11 части профессионального учебного цикла.

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

Программа дисциплины Рекламный дизайн ставит следующую цель:

научить будущего дизайнера создавать эффективную рекламу.

Цель изучения дисциплины: программа курса связана с практическими и теоретическими задачами создания эффективного дизайна рекламной продукции. Данный курс ставит своей целью дать представление о языке рекламы, показать, как, используя его в качестве инструментария, с помощью, определенной системы критериев, содержательных и формальных, оценивать рекламу, то есть предлагается методика ее оценки.

Задачи дисциплины:

- изучение основ теории дизайна и рекламных технологий и связи его с другими предметами художественного цикла;
- применение правил и законов дизайна на практике при создании эффективной рекламы;
- развитие образного мышления;
- воспитание эстетической культуры и развитие художественных и творческих способностей студентов.

В результате освоения дисциплины Рекламный дизайн, обучающийся должен иметь представление:

- о задачах дизайна и рекламной деятельности;
- видах проектирования рекламы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- основные этапы проектирования рекламы;
- методы рекламного проектирования;
- принципы проектирования рекламы;
- систему критериев, содержательных и формальных, по которым нужно оценивать рекламу, т. е. знать методику её оценки.

В результате освоения дисциплины Рекламный дизайн, обучающийся должен уметь:

- использовать современные методы графического дизайна в рекламной деятельности;
- применять метод оценки рекламы на практике, то есть приобрести умение четко формулировать задание, контролировать его исполнение и профессионально оценивать результат;

- создавать эффективный дизайн рекламной продукции.

1.4 Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 72 часа, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 64 часа;

самостоятельной работы обучающегося 8 часов;
консультации 8 часов.

1.5 Результаты освоения программы дисциплины

Результатом освоения программы дисциплины Рекламный дизайн является овладение обучающимися общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
1	2
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.
ПК 2.1	Применять материалы с учетом их формообразующих свойств.
ПК 2.2	Выполнять эталонные образцы объекта дизайна или его отдельные элементы в макете, материале.
ПК 2.3	Разрабатывать конструкцию изделия с учетом технологии изготовления, выполнять технические чертежи.
ПК 2.4	Разрабатывать технологическую карту изготовления изделия.
ПК 4.1	Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт.
ПК 4.2	Планировать собственную деятельность.
ПК 4.3	Контролировать сроки и качество выполненных заданий.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
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 и команде, 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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	72
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
практические занятия	54
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	8
в том числе:	
подготовка рефератов	
подготовка к практическим занятиям	
подготовка к промежуточной аттестации (зачет)	
Консультации	
Промежуточная аттестация в шестом семестре в виде аттестации	

2.2 Тематический план и содержание дисциплины Рекламный дизайн

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающегося	Объём часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 Графический дизайн в рекламе			
Тема 1.1 Кейсы	Содержание	2	1
	Методы изучения и анализа успешных решений в области рекламных коммуникаций		
	Метод ситуационного анализа		
	Использование метода ситуационного анализа в практике дизайн-студий и крупных рекламных агентств		
Тема 1.2 Инструменты визуальной идентификации бренда	Содержание	1	1
	Логотип и фирменный знак, значение терминов		
	Логоблок	6	2
	Практические занятия Методы разработки успешных знаков и логотипов Дизайн знаков с использованием контрформы «Живой» лого. Последние тренды в проектировании фирменной айдентики Обсуждение и анализ образцов, представленных педагогом, поиск аналогов в интернете		
Тема 1.3 Фирменный стиль	Содержание	1	1
	Элементы фирменного стиля, реальные и виртуальные		
	Деловая документация		
	Стилеобразующие элементы.		
Тема 1.4 Разработка бренд продукции	Содержание	1	1
	Цвет в разработке образа бренда		
	Эмоциональная окрашенность визуальных коммуникаций брендов		
Тема 1.5 Цвет. Цветовые схемы	Содержание	1	2
	Типы цветовых взаимодействий и способы их гармонизации, цветовой круг		
	Цвет и настроение изображения		
	Высокий и низкий ключи изображения		
	Инструменты создания цветовых схем на основе фотоизображений	8	3
	Практические занятия Содание цветовых схем на основе фотографий с использованием инструментария сайта adobe kuler (adobe color.com), их применение в абстрактных геометрических композициях		
Тема 1.6 Шрифт как стилеобразующий элемент	Содержание	1	1
	Шрифт как неотъемлемый элемент дизайна рекламных сообщений, важная часть идентификации бренда		
	Практические занятия Выразительные свойства шрифта, разнообразие гарнитур Особенности кириллических шрифтов, способы вёрстки Создание простой шрифтовой композиции, включающей в себя геометрические и фотографические элементы.	8	3

Раздел 2 Графическая коммуникация в рекламе			
Тема 2.1 Визуальная составляющая в комплексе маркетинговых коммуникаций	Содержание	1	1
	Серия плакатов в едином комплексе мероприятий по продвижению товара или услуги		
	Три подхода к созданию креативной рекламы, слабая стратегия, средняя и сильная (week strategy, mean strategy, strong strategy)		
	Практические занятия Наиболее частые приёмы не прямой рекламы на примерах outdoor плакатов Обсуждение и анализ образцов, представленных педагогом, поиск аналогов в интернете	6	2
Тема 2.2 POS-материалы	Содержание	2	1
	POS-материалы		
	POSM — как рекламный инструмент для стимулирования сбыта товара		
	Особенности разработки дизайна POSM		
	Основные виды POSM		
	Практические занятия Анализ образцов POSM, их структуры, визуального и вербального наполнения	8	2
Тема 2.3 Брендбуки и гайдлайны	Практические занятия Брендбуки и гайдлайны Брендбук (brand book) — руководство по управлению брендом Гайдлайн (guideline) — набор стандартов и инструкций по применению стилизованных идентификаторов бренда	10	3
Самостоятельная работа Поиск, изучение и анализ образцов графических коммуникаций по материалам профессиональных изданий, а также специализированных интернет - ресурсов		20	3
Консультации		8	
Всего		84	

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 ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация дисциплины Рекламный дизайн предполагает наличие лаборатория графики, компьютерного дизайна и культуры экспозиций.

Учебная аудитория для проведения уроков, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, самостоятельной работы, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся (11). Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: **нормативные** документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: 12 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014) аудиокolonки, переносной 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: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028720>
2. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 219 с. URL: <https://urait.ru/bcode/445771>
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 514 с. URL: <https://urait.ru/bcode/432145>
4. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. URL: <https://urait.ru/bcode/430788>

5. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. URL: <https://urait.ru/bcode/438737>

6. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - Москва :Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 176 с. (URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/555729>

Дополнительные источники:

1. История и теория дизайна /СмирноваЛ.Э. - Краснояр.: СФУ, 2014. – 224с. Аронов В.Р.
2. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - М.: РИОР, 2007.- 224с.
3. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе : основы графического проектирования : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 070601 "Дизайн" / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – М. : ЮНИТИ-Дана, 2013.
3. Глинтерник Э.М. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы. – СПб., 2002 – 136 с.
4. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория: Учебное пособие / Н.А. Ковешникова. – М.: Омега-Л, 2008.
5. Волкова В.В. Дизайн рекламы. Учебное пособие. М. – Ростов-на-Дону.–1999. – 144 с.
6. Глинтерник Э.М. Графический дизайн как художественно-коммуникативная система и средство рекламы. – СПб., 2002 – 136 с.
7. Дизайн и проектная наука. Теоретический курс. – М.: МЭГУ, 1997 – 158 с.
8. Кричевский В.Г. Типографика в терминах и образах. Т. 1-2. – М.: 2000. – Т.1 – 144 с.; Т.2 – 158 с.
9. Лаврентьев А. Лаборатория конструктивизма. Учебно-методическое пособие по истории графического дизайна. М.: 2000. – 256 с.
10. . Мосорова Н.Н. Философия дизайна. – М. 1999.
11. . Назаров Ю.В. Постсоветский дизайн (1987 – 2002). – М., 2002. – 416 с.
12. Папанек В. Дизайн для реального мира/ Пер. с англ. – М.: - Издатель Д.Аронов. – 2004. – 416 с.; ил.
13. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна. – М., 2001. – 252 с.
14. Русский графический дизайн. 1880 – 1917. Авт. текста : Е. Черневич. Сост. М. Аникст и Н.Бабурина. – М.: 1997.
15. Фэй М.Дж. Реклама, маркетинг, дизайн в Интернете. – М.: Microsoft Press., Издательский отдел «Русская редакция», 2000.
16. Хан-Магомедов С.О. Пионеры советского дизайна. – М.: 1995. – 424 с.

17. Яцюк О.Г., Романычева Э.Т. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама. – СПб., БХВ-Петербург, 2004. – 432 с., ил.

18. Моисеев В.С. Креативное мышление в дизайне: / В.С. Моисеев. – Мн.: БГАИ, 2006.

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://design-history.ru>

2. <http://famous.totalarch.com/>

Обмен информацией с российскими образовательными организациями:

1. ФГБОУ ВПО «Академия гражданской защиты Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий» (соглашение о сотрудничестве и совместной деятельности от 12.09.2014 г.).

2. Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы «Школа № 709» (договор о сотрудничестве и совместной деятельности от 01.07.2016 г.).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	Аттестация, зачёт
Программа курса связана с практическими задачами создания эффективного дизайна рекламной продукции с помощью художественно-выразительных средств	практические занятия, домашние задания, внеаудиторная самостоятельная работа, подготовка сообщения, доклада
Знания:	Аттестация, зачёт
иметь представление о языке рекламы, знать, как используя его в качестве инструментария, с помощью определенной системы критериев, содержательных и формальных, оценивать рекламу, то есть знание методики её оценки	практические занятия, домашние задания, внеаудиторная самостоятельная работа, подготовка сообщения, доклада