

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»**

**(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

Гуманитарный колледж

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ОПЦ. 10 Дизайн и рекламные технологии**

**специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям)**

2024 г.

## ОДОБРЕНА

Предметной (цикловой) комиссии по  
общепрофессиональным  
дисциплинам/профессиональным модулям  
по специальностям 54.02.08 Техника и  
искусство фотографии, 54.02.01 Дизайн  
(по отраслям)

Протокол № 1 от «04» сентября 2023 г.

## Разработана

в соответствии с требованиями Федерального  
государственного образовательного стандарта  
по специальности среднего профессионального  
образования 54.02.01 Дизайн (по отраслям),  
утвержденного Приказом Минпросвещения  
России от 05.05.2022 № 308

Разработчик: Тимофеева А.С., преподаватель Гуманитарного колледжа РГГУ

Рецензент: Писаревский В.А., преподаватель Гуманитарного колледжа РГГУ

## Содержание

	стр.
1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11

# ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Дизайн и рекламные технологии

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины Дизайн и рекламные технологии является вариативной частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям), утвержденной Минпросвещения России от 05.05.2022 № 308.

Рабочая программа дисциплины Дизайн и рекламные технологии может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по направлениям подготовки и специальностям СПО, входящим в состав укрупненной группы 54.00.00 Изобразительное и прикладные виды искусств.

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

**1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы:** дисциплина Дизайн и рекламные технологии входит в вариативную часть общепрофессионального цикла и является дисциплиной ОПЦ. 10.

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

Программа дисциплины Дизайн и рекламные технологии 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 Дизайн и рекламные технологии 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 Дизайн и рекламные технологии 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:

Итого, включая самостоятельную работу: 72 часа, в том числе:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 60 часов, в том числе:

теоретическое обучение 14 часов;

- в формате практической подготовки – 46 часов.

#### 1.5. Результаты освоения программы дисциплины

Результатом освоения программы дисциплины Дизайн и рекламные технологии является овладение обучающимися общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 6	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 9	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ПК 1.2	Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов
ПК 1.3	Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Итого, включая самостоятельную работу</b>	<b>72</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка обучающегося</b>	<b>60</b>
в том числе:	
в форме практической подготовки	46
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<b>12</b>
<b>Промежуточная аттестация</b> в шестом и седьмом семестрах в виде аттестации	

## 2.2 Тематический план и содержание дисциплины Дизайн и рекламные технологии

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающегося	Объём часов	Формируемые общие и профессиональные компетенции
1	2	3	4
<b>Раздел 1 Графический дизайн в рекламе</b>		<b>28</b>	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 ОК 5, ОК 6 ОК 9, ПК 1.2 ПК 1.3
Тема 1.1. Кейсы	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	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	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Логотип и фирменный знак, значение терминов		
	Логоблок		
Тема 1.3. Фирменный стиль	<b>Практические занятия</b>	8	
	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 1.4. Разработка бренд продукции	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Элементы фирменного стиля, реальные и виртуальные		
	Деловая документация		
	Стилеобразующие элементы.		
Тема 1.5 Цвет. Цветовые схемы	<b>Содержание учебного материала</b>	1	
	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		
	<b>Практические занятия</b>	6	
Содание цветовых схем на основе фотографий с использованием инструментария сайта adobe kuler (adobe color.com), их применение в абстрактных геометрических композициях			
Тема 1.6.	<b>Содержание учебного материала</b>	2	

Шрифт как стилеобразующий элемент	Шрифт как неотъемлемый элемент дизайна рекламных сообщений, важная часть идентификации бренда		
	<b>Практические занятия</b> Выразительные свойства шрифта, разнообразие гарнитур Особенности кириллических шрифтов, способы вёрстки Создание простой шрифтовой композиции, включающей в себя геометрические и фотографические элементы.	8	
<b>Раздел 2. Графическая коммуникация в рекламе</b>		<b>28</b>	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4 ОК 5, ОК 6 ОК 9, ПК 1.2 ПК 1.3
Тема 2.1. Визуальная составляющая в комплексе маркетинговых коммуникаций	<b>Содержание учебного материала</b>	1	
	Серия плакатов в едином комплексе мероприятий по продвижению товара или услуги		
	Три подхода к созданию креативной рекламы, слабая стратегия, средняя и сильная (weak strategy, mean strategy, strong strategy)		
	<b>Практические занятия</b> Наиболее частые приёмы не прямой рекламы на примерах outdoor плакатов Обсуждение и анализ образцов, представленных педагогом, поиск аналогов в интернете	8	
Тема 2.2. POS-материалы	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	POS-материалы		
	POSM — как рекламный инструмент для стимулирования сбыта товара		
	Особенности разработки дизайна POSM		
	Основные виды POSM		
	<b>Практические занятия</b> Анализ образцов POSM, их структуры, визуального и вербального наполнения	8	
Тема 2.3. Брендбуки и гайдлайны	<b>Практические занятия</b> Брендбуки и гайдлайны Брендбук (brand book) — руководство по управлению брендом Гайдлайн (guideline) — набор стандартов и инструкций по применению стилизованных идентификаторов бренда	8	
<b>Самостоятельная работа</b> Поиск, изучение и анализ образцов графических коммуникаций по материалам профессиональных изданий, а также специализированных интернет - ресурсов		<b>12</b>	
<b>Промежуточная аттестация</b>			
<b>Всего</b>		<b>72</b>	



### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Дизайн и рекламные технологии**

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

Реализация дисциплины Дизайн и рекламные технологии предполагает наличие общественно –научных и гуманитарных учебных предметов, и дисциплин.

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) аудиоколонки, переносной проектор.

##### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

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

Печатные издания не используются. Дисциплина полностью обеспечена электронными изданиями.

##### **Основные источники:**

1. Боресков А.В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. - М: Юрайт, 2022. - 219 с. URL: <https://urait.ru/bcode/495978>
2. Колышкина Т.Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 262 с. URL: <https://urait.ru/bcode/494656>
3. Курушин В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В.Д. Курушин. - М: ДМК Пресс, 2017. - 308 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028149>
4. Поляков В.А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. - М: Юрайт, 2022. - 514 с. URL: <https://urait.ru/bcode/495461>

##### **Дополнительные источники:**

1. Дзялошинский И.М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - 2-е изд., испр. и доп. - М: Юрайт, 2020. - 345 с. URL: <https://urait.ru/bcode/456679>
2. Корятов О. В. Газетная иллюстрация: учебное пособие для вузов / О. В. Корятов, Е. А. Силина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 84 с. —URL: <https://urait.ru/bcode/496792>
3. Литвина Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. 2-е изд., испр. и доп. - М: Юрайт, 2020. - 181 с. URL: <https://urait.ru/bcode/454518>
4. 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://znanium.com/catalog/product/1028720>
5. Селезнева Л.В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. - М: Юрайт, 2022. - 159 с. URL: <https://urait.ru/bcode/492732>

**Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

1. <http://design-history.ru>
2. <http://famous.totalarch.com/>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины Дизайн и рекламные технологии 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
<p><b>ОК 1</b> Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p> <p><b>ОК 2</b> Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности</p> <p><b>ОК 3</b> Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p> <p><b>ОК 4</b> Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p> <p><b>ОК 5</b> Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p> <p><b>ОК 6</b> Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;</p> <p><b>ОК 9</b> Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности</p> <p><b>ПК 1.2</b> Проводить предпроектный анализ для разработки дизайн-проектов</p> <p><b>ПК 1.3</b> Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ</p>	<p>Аттестация</p> <p>практические занятия, домашние задания, внеаудиторная самостоятельная работа, подготовка сообщения, доклада</p>